
中东地区农业食品发展全景报告



作者;盈天国际中东行业研究部

日期: 2025 年 9 月 10 日

出海中东, 从盈天开始

目录

摘要	4
引言	6
1、宏观环境分析	8
1.1 沙特阿拉伯宏观环境	10
1.1.1 政治环境	10
1.1.2 经济环境	11
1.1.3 社会文化环境	12
1.2 阿拉伯联合酋长国宏观环境	12
1.2.1 政治环境	13
1.2.2 经济环境	14
1.2.3 社会文化环境	15
2. 农业现状分析	16
2.1 沙特阿拉伯农业生产和消费基本特征	16
2.1.1 政府农业政策驱动措施	17
2.2.2 投资环境与农业发展	17
2.2.3 中沙两国农产品贸易	18
2.2.4 中沙农产品领域的合作和研究	19
2.2.5 中沙双边商贸关系	20
2.2 阿拉伯联合酋长国农业生产和消费基本特征	21
2.2.1 政府农业政策驱动措施	21
2.2.2 投资环境与农业发展	22
2.2.3 中阿农产品领域的合作和研究	22
2.2.4 中阿两国农产品贸易	23
3 清真食品市场	24
3.1 沙特阿拉伯清真食品的市场发展空间	24
3.1.1 消费者偏好与需求特点	25
3.1.2 国内清真食品企业在沙特阿拉伯的发展趋势	26
3.1.3 政策红利与市场机遇	26
3.1.4 产业+本地文化的深度结合	26
3.1.5 中国食品企业市场进入策略	27
3.1.6 合规挑战与破局路径	28
3.2 阿拉伯联合酋长国清真食品的市场发展空间	28
3.2.1 消费者偏好与需求特点	29

3.2.2 国内清真食品企业在阿联酋的发展趋势	30
3.3.3 政策红利与市场机遇	30
3.3.4 中国农产品市场进入策略	31
4 清真食品的法规与认证体系	33
4.1 清真合规注意事项	34
4.1.1 沙特阿拉伯清真合规要求	35
4.1.2 阿拉伯联合酋长国清真合规要求	40
4.1.3 核心标准与认证体系	41
4.1.4 中国清真食品企业出口应对建议	45
5 沙特阿拉伯和阿拉伯联合酋长国物流体系	46
5.1 沙特：全球物流中心的战略构建	47
5.1.1 国家战略投资与智慧物流设施建设	48
5.1.2 沙特阿拉伯冷链物流基础设施建设	49
5.1.3 沙特物流冷链市场分析	50
5.1.4 沙特阿拉伯陆地冷链网络	51
5.1.5 沙特阿拉伯冷链标准体系与认证建设	53
5.1.6 中国大型物流企业在沙特阿拉伯的布局	54
5.2 阿联酋：全球物流枢纽的立体化布局	55
5.2.1 国家战略与智慧物流设施建设	57
5.2.2 阿联酋冷链物流基础设施建设	57
5.2.3 阿联酋冷链物流市场分析	58
5.2.4 阿联酋陆地冷链网络	59
5.2.5 阿联酋冷链标准体系与认证建设	59
6 市场进入战略建议	61
6.1 针对沙特阿拉伯市场的进入策略	61
6.1.1 营销品牌策略与业务拓展策略	64
6.1.2 渠道策略	65
6.1.3 数字营销与社交媒体策略	66
6.1.4 本地生产与供应链建设	67
7 针对进入阿联酋市场策略	68
7.1 营销与业务拓展策略	69
7.2 数字营销与社交媒体策略	70
7.3 本地生产与供应链建设	71
结论与展望	71

摘要

本报告对中东地区两大经济体——沙特阿拉伯和阿拉伯联合酋长国的农产品和食品进行了全面调研和分析，2025 年的中东农产品市场正处于历史性转折点。作为海湾地区最有前景的农业市场，阿联酋早在 2018 年就颁布了《2051 国家粮食安全战略》，目标是在 2051 年成为全球粮食安全指数中领先的国家之一。

2024 年，阿联酋农业市场规模估计为 33.1 亿美元，预计到 2029 年将达到 40.9 亿美元，在预测期内以 4.30% 的复合年增长率增长。随着新兴市场的崛起，中国农业科技企业正迎来出海中东的黄金时机。

根据商务部数据显示阿联酋是中国在中东地区最大的农产品出口市场，但如今的中东地区的农产品市场机会与竞争并存，与来自美国、巴西、俄罗斯等传统出口大国的产品抗衡。这些国家凭借规模化生产及先进的物流体系，能够提供价格更低廉的商品，从而削弱中东本地产品的竞争力。同时，中东作为连接欧亚非三大洲的重要枢纽，其地理位置使其成为全球农产品贸易的关键节点，这也促使更多外国企业进入该市场，加剧了竞争态势。

中国农产品进入中东市场需从以下几个方面着手：深入研究中东各国的消费习惯、文化习俗及法律法规，明确目标国家和重点产品需求。例如，沙特阿拉伯对清真食品需求量大，而阿联酋更注重高端有机产品。分析竞争格局，寻找差异化优势。比如，中国茶叶、大蒜、生姜等特色农产品在中东具备较强竞争力。产品质量与认证方面，确保产品符合国际标准（如 ISO、HACCP）以及中东地区的特殊要求，特别是清真认证（Halal Certification），这对于肉类、调味品等尤为重要。提升包装设计，使其既体现中国特色又符合阿拉伯国家当地审美，同时满足长途运输的保护需求。建立贸易渠道，积极参加中东地区的重要展会，如迪拜海湾食品展（Gulfood），中东（迪拜）农业、畜牧及水产养殖业展（Agro Farm Middle East）、阿布扎比国际食品展（ADIFE）直接接触进口商、分销商和零售商，扩大品牌知名度。与当地代理商或合作伙伴建立长期合作关系，借助其本地资源快速打开市场。高度关注政府政策支持，沙特“愿景 2030”计划投资 50 亿

美元改善农业基础设施，阿联酋设立 10 亿美元农业科技基金。在阿联酋，政府推出了“Plant the Emirates”国家计划，旨在振兴农业部门，促进粮食安全，并推动有机食品行业的发展。同时，政府还通过提供补贴和技术支持等方式，促进可持续农业的发展。。同时加强电商与跨境合作：农产品电商规模 2025 年预计突破 80 亿美元，中国义乌 RCEP 合作区将充分发挥其区位优势 and 贸易枢纽作用，重点强化中东地区与东南亚国家之间的转口贸易往来。该合作区将通过优化通关流程、完善物流体系、搭建数字化贸易平台等一系列创新举措，显著提升跨境贸易便利化水平。同时，合作区还将积极引入金融结算、供应链管理等配套服务，为中东地区的商品流通提供全方位支持，推动区域经济一体化进程。

中东农产品行业正处于转型关键期，需通过技术创新、国际合作与产业链优化应对挑战。尽管短期内受地缘风险资源限制承压，长期来看，高附加值作物出口与数字化供应链建设将推动行业迈向高质量发展。

引言

中东地区经济多元化转型进程正在全面提速，政府通过系统性战略布局积极推动产业结构优化升级，以逐步降低对传统石油产业的过度依赖。2025 年经济展望显示，中东地区 GDP 将延续稳健增长趋势，政府通过出台系列产业扶持政策、完善基础设施建设和优化营商环境等多重举措，持续提升该地区在全球经济格局中的战略地位。

在产业结构深度调整方面，中东国家正重点培育高附加值农业产业体系，包括大力发展特色水果（如椰枣、柑橘）、优质坚果（如开心果、杏仁）等高经济价值作物种植，同时全面推进农业科技创新体系建设。值得关注的是，在国际合作维度，中国“一带一路”倡议与中东国家在农业领域的协同效应日益凸显，特别是在节水灌溉技术、智能温室、冷链物流系统等关键技术领域的合作项目，正成为推动区域农业现代化的重要引擎。

政策支持与产业升级层面，中东各国政府正在实施力度空前的农业振兴计划。通过设立专项发展基金、提供税收优惠、完善补贴政策等方式，全方位加大对农业产业链的扶持力度，重点推动农业生产标准化、加工精细化、营销品牌化的转型升级，这将显著提升中东农产品的质量标准和国际市场竞争力。

在国际经贸合作领域，随着全球经济一体化进程的深入推进，中东地区正积极构建更加开放包容的国际合作网络。通过参与区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）、深化与欧盟经贸合作、拓展非洲新兴市场等多元化布局，中东农产品国际贸易规模持续扩大，既带来了广阔的市场机遇，也面临着更加激烈的国际竞争环境。

综合分析表明，中东农产品行业正处于历史性的发展机遇期，展现出巨大的市场潜力和增长空间。然而要实现行业的可持续发展并打造国际竞争优势，还需要在以下几个关键领域持续发力：加强农业科技创新体系建设，重点突破生物技术、数字农业等前沿领域；全面推进绿色农业发展模式，推广有机种植、循环农业等可持续生产方式；着力打造区域农产品品牌矩阵，提升产品附加值和国际知

名度。

为帮助中国农业及食品科技企业精准把握中东市场机遇，盈天国际中东行业研究部通过市场调研编撰了《中东地区农业食品发展全景报告》。该报告以沙特阿拉伯、阿联酋两个核心国家为研究重点，系统性地剖析了其农业发展体系架构、粮食安全保障战略、农业科技创新应用、清真食品产业标准、高附加值农产品开发、现代化物流冷链网络建设以及国际投资布局等关键领域。本报告以“市场需求驱动-政策红利赋能-技术革命引领”的三维分析框架，通过建立农产品产业综合评估模型，不仅关注传统经济指标，更从区域地缘政治格局、水资源可持续管理机制、伊斯兰文化消费特征等非经济变量入手，深入解构中东农产品和食品行业发展的底层逻辑与未来趋势。

盈天中东行业研究部收集了大量权威数据，包括中国海关总署、联合国贸易数据库、德勤、毕马威、经济学人等行业数据库和第三方咨询报告等。在方法论层面，一方面，结合中东各国“2030 愿景”等长期发展规划，预判农业发展政策、私有化改革及外资准入条款的演变路径；另一方面，基于海湾国家主权基金投资偏好与数字农业技术扩散规律、冷链物流基础设施以及农业科技初创企业的投资机会提供参考，为中国企业“出海”探索“走出去”和“引进来”的创新合作提供资源途径，为双方投资项目的落地以及可持续的经营和发展提供有效策略。

1、宏观环境分析

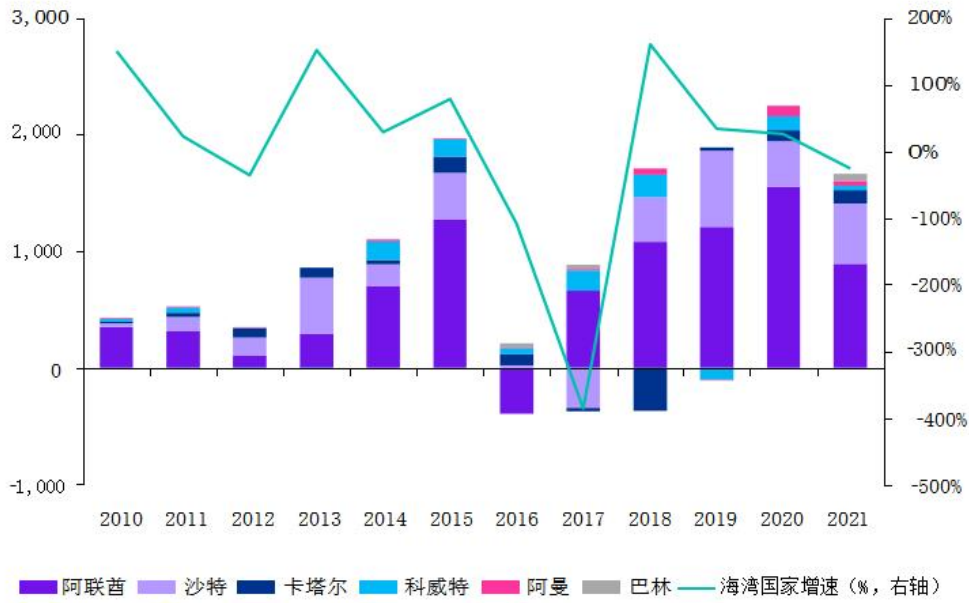
沙特以及阿联酋迪拜作为全球重要的石油产地和贸易枢纽，吸引着全球投资者的关注。近年来，随着全球原油价格趋于稳定，中东地区的经济发展愈发稳健。世界银行预测，中东地区在 2025 年和 2026 年的经济增速将分别达到 3.4% 和 4.1%，其中阿联酋和沙特将引领区域增长。

沙特和阿联酋正通过不同路径实现经济多元化。沙特非石油经济占比从 2024 年的 49.7% 提升至 2025 年的 56%，零售、旅游、矿业等领域的外资流入量激增 70%。阿联酋非石油经济占比达 76%，以金融、物流、旅游为核心驱动力。海湾地区整体经济增速预计在 2025 年达到 4.2%，高于全球平均水平，人工智能和可再生能源成为新的经济增长点。

我国对海湾主要国家的直接投资流量从 2003 年的 28.5 亿美元快速上升至 2016 年的 1,962 亿美元，之后有所回落，2021 年中国对外投资 1,788.2 亿美元。根据 UNCTAD 的报告显示，截至 2021 年，中国对外直接投资存量高达 2.6 万亿美元，占全球总存量的 6%，排名从第 25 位上升至第 3 位，我国已经成为推动世界跨国直接投资增长的主要动力。

海湾地区作为全球具有巨大增长潜力的市场之一，中国也正在不断加大对该地区的投资布局。目前我国已经同 6 个海湾地区国家分别签署了《双边投资协定》和《避免双重征税协定》。中国对海湾六国的投资流量也从 2003 年的 0.1 亿美元增至 2021 年的 17 亿美元。

图 1 中国对海湾国家直接投资额，流量，百万美元



截至2022年，我国对海湾六国的投资总存量为154亿美元，为其第5大外商直接投资来源国。从投资伙伴来看，阿联酋和沙特是中国在海湾地区的主要合作经济体。其中，中国对阿联酋的投资总存量为98.4亿美元，其次是沙特，投资总存量为35.2亿美元，两者占中国对海湾地区投资总存量的比重达到了87%

图2 中国对海湾国家投资存量，截至2021年，十亿美元

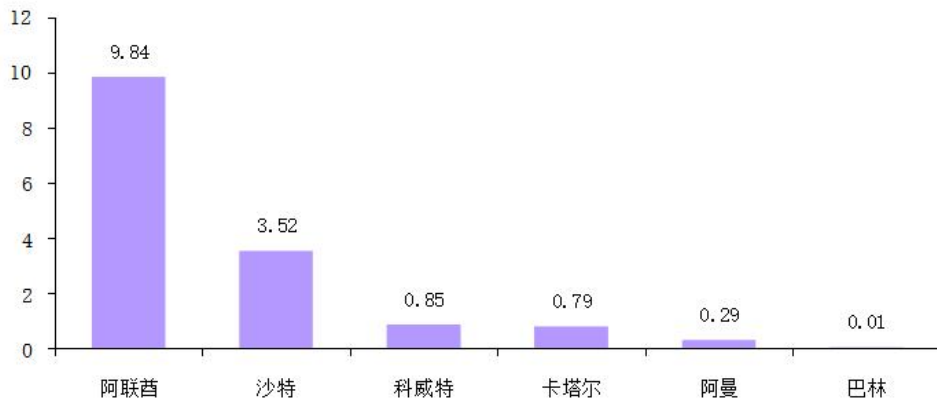


图1、2，数据来源：Wind，毕马威分析

出海中东，从盈天开始

1.1 沙特阿拉伯宏观环境

1.1.1 政治环境

沙特阿拉伯的政治环境呈现出君主集权与社会改革并行、传统与现代博弈的复杂特征，其核心围绕王储穆罕默德·本·萨勒曼（MBS）主导的“2030 愿景”展开，同时面临内部权力巩固、外部地缘竞争等多重挑战。

一、政治体制：高度集权的君主制：以《古兰经》和伊斯兰教法为根本，司法体系由国王直接掌控。近年来虽推动司法改革（如设立三级法院），但宗教保守势力仍对社会事务有深刻影响。

二、改革与挑战：“2030 愿景”下的转型阵痛，沙特政府目标通过“2030 愿景”减少对石油依赖，将油气行业本地化水平从 40%提升至 75%，将公共投资基金的资产总额从 1600 亿美元提升至 18667 亿美元，将全球竞争力指数排名从第 25 提升至前 10 名，将外国直接投资 GDP 占比从 3.8%提高至 5.7%，将私营经济 GDP 贡献率从 40%提升至 65%，将非油外贸出口占比从 16%提升至 60%，将非油政府财政收入从 1630 亿里亚尔提高至 10,000 亿里亚尔。

三、外资依赖：中国对沙直接投资 2024 年增长 28.8%，但过度依赖外资可能引发主权风险。

2 沙特政治环境的核心矛盾在于传统君主制与现代化改革的张力。MBS 通过铁腕手段巩固权力，推动经济多元化和社会开放，但改革成本（如财政赤字、保守派反弹）与外部地缘风险（如伊朗、美国博弈）构成双重挑战。若“2030 愿景”能持续推进，沙特有望成为地区经济与外交的枢纽。

图 3 沙特“2030 愿景”转型目标

总目标	充满活力的社会	繁荣的经济	雄心壮志的国家
第二级分目标	加强伊斯兰和民族认同	发展经济多样性	增强政府工作效力
	提供富裕健康的生活	增加就业	履行社会责任
第三级分目标	培养伊斯兰价值观；更好地为更多的朝觐游客服务；加强民族认同	加强私营部门对经济增长的贡献；最大化能源部门的价值；释放非石油部门的潜力；扩大公共投资基金的资产和作为增长引擎的作用；将沙特定位为全球物流中心；在区域和全球范围内进一步整合沙特经济；增加非石油出口	平衡公共预算；改善政府机构的绩效；与公民有效互动；保护国家的重要资源
	改善医疗服务；促进健康的生活方式；改善沙特城市的宜居性；确保环境可持续性；促进文化娱乐；为沙特人创造赋权环境	根据劳动力市场需求发展人力资本；确保平等获得工作机会；通过中小企业和微型企业创造就业机会；为发展经济吸引相关的外国人才	履行公民责任；促进企业的社会贡献；提升非营利部门的社会影响

1.1.2 经济环境

沙特阿拉伯王国是西亚北非地区最大的经济体，其地理面积、人口、经济总量均占海合会各国总额的 50%及以上，石油产业是其经济发展的主要支柱产业。从人口来看，沙特阿拉伯人口总量约为 3,617 万，劳动力人口占比 70%以上。

国际货币基金组织预测：2025 年沙特经济增长率将创全球第二高人均 GDP 高达 3.4 万美元，具有较强的消费能力。从自然资源来看，沙特阿拉伯石油和天然气资源丰富，其原油探明储量 2,662 亿桶，居世界第二位；天然气探明储量 9.42 万亿立方米，居世界第六位。丰富的油气资源和俄乌冲突后高企的国际油价极大程度带动了沙特阿拉伯经济增长。沙特持续推动经济多元化进程以替代石油产业在经济结构中的支配地位。2016 年，沙特推出《2030 愿景》。愿景的支柱之一是使沙特成为全球投资强国，实现国家收入的多元化，包括注重外来和私人投资，推进社会改革，促进经济多元化发展。经过 7 年的发展，沙特政府按照《2030 愿景》落实改革开放，在不少方面取得了明显进展。比如沙特逐步放宽了对外商投资的限制，包括批发零售、工程、房地产和运输服务等行业，开放本国市场。促进外国投资者以公私合营的方式参与教育、能源、运输、科技等领域

的合作。

1.1.3 社会文化环境

沙特的主要民族为阿拉伯族。逊尼派穆斯林占人口大多数，什叶派穆斯林人数极少，主要居住在东部地区。官方语言为阿拉伯语，商界通行英语。沙特一年有两个重大的宗教节日：开斋节和宰牲节。

沙特人口结构较为年轻，2022年，沙特总人口3617万人，其中沙特人1879万人，占比58.4%。经济多元化战略实施过程中，非沙特人口呈现增长态势，2016-2022年，非沙特人口累计增长14.3%至1338万人。沙特人口结构较为年轻，2022年沙特15-64岁（劳动力）人口2343万人，占人口总数的72.8%。沙特95%的人口集中分布于利雅得、吉达等大城市。沙特的华人华侨数量约在3万~5万之间，主要居住在西部的塔伊夫、吉达、麦加等地。沙特注重国家科技的发展，投入大量资金引进人才，开展科技研发。沙特在海水淡化及石化科技等方面具有世界一流的先进技术。2023年，沙特日产水能力提升至1150万立方米，在水资源安全方面取得了重要里程碑，成为世界领先的淡化水生产国。沙特计划到2030年通过淡化水满足该国90%的用水需求，通过地下水和地表水满足10%的用水需求。沙特非常注重科研投资和人才培养，公立学校实行免费教育。2022年沙特的研发支出升至51亿美元，同比增长32.7%。其中政府部门研发投入29亿美元，占全国研发总额的58%，私营部门投入25亿美元，占比39%。截至2022年，该国研究人员数量增长21.6%，达到30160人。其中，教育部门占比89%，即26750名研究人员，提升了该国的学术研究能力。这些数据表明沙特正在向知识型经济转型，这与政府“2030愿景”一致，即促进创新并实现多元化，摆脱对石油的依赖。沙特正以“沙特式改革开放”重塑国家形象：从保守的石油王国转向开放的现代化国家。人口结构的年轻化和社会环境的开放为其提供了转型动力，但如何平衡传统与现代、公民与外籍人口、经济增长与社会公平，仍是长期挑战。

1.2 阿拉伯联合酋长国宏观环境

阿拉伯联合酋长国地处海湾地区进入印度洋的海上交通要道，由阿布扎比、

出海中东，从盈天开始

迪拜、沙迦、哈伊马角、阿治曼、富查伊拉、乌姆盖万七个酋长国组成，是中东和北非第三大经济体（以美元汇率计算），仅次于沙特阿拉伯和以色列。在自然资源方面，阿联酋油气资源丰富，原油探明储量 978 亿桶，居世界第七位，天然气探明储量 6.09 万亿立方米，排在全球第八位。石油化工产业是阿联酋的支柱产业，巨额稳定的石油收入是阿联酋财政收入的主要来源，使其成为海湾地区第二大经济体和世界上最富裕的国家之一。在人口方面，阿联酋人口 950 万，外籍人占 88%，主要来自印度、巴基斯坦、埃及、叙利亚、巴勒斯坦等国，人均 GDP 为 4.77 万美元，居民消费能力较强。在投资方面，得益于友好商业环境和优良基础设施，根据《2025 年联合国贸易和发展会议世界投资报告》最新数据，阿联酋 2024 年外国直接投资（FDI）流入量达 456 亿美元，创历史新纪录，较上年大幅增长 48%。这一表现使阿联酋成功跃居全球第十大 FDI 目的地，在全球投资资格局重新洗牌的背景下脱颖而出。更值得关注的是，阿联酋一国就吸引了中东地区 37% 的外资流入，充分展现了其作为地区投资枢纽的强大实力。也是海合会成员国中吸引外国资本和外国直接投资额最多的国家。为减少对石油产业的依赖，降低石油价格波动对经济增长的影响，实现可持续发展，阿联酋致力于推行经济多元化政策，支持智能基础设施建设，鼓励数字化转型投资，重点发展 5G、人工智能、生物技术、绿色经济等前沿科技领域，现已逐步发展成为中东地区的金融、商贸、物流、会展、旅游中心和商品集散地。

迪拜作为阿联酋石油储备最少的酋长国，其通过大规模融资和吸引外来人口，大力发展转口贸易、旅游业、房地产业和金融业等非石油经济，并取得相当成就。在旅游业方面，作为中东旅游市场的重要目的地之一，迪拜 2023 年一季度接待 467 万人次的国际游客，是疫情以来同期最高水平。2023 年 1 月，迪拜公布了其新的经济发展计划“D33”，该计划将通过 100 个具有划时代意义的项目为迪拜增加数十亿迪拉姆收入，旨在 2033 年实现经济总量翻一番，将迪拜打造为经济实力排名全球前三的国际化城市，并跻身全球四大金融中心之列。

1.2.1 政治环境

阿联酋的政治体制为独具特色的“联邦君主制”。国家元首（总统）通常由阿

布扎比酋长出任，政府首脑（总理）则由迪拜酋长担任，这种权力分配机制有效平衡了国内两大经济中心的关系。联邦最高委员会作为最高决策机构，由七个酋长组成，确保各酋长国的利益在国家治理中得到充分体现。这种制度设计既保持了决策效率，又兼顾了地方自治诉求，为外资企业提供了稳定的政策环境。政治稳定性是阿联酋最突出的制度优势。自 1971 年建国以来，阿联酋未发生过重大政治动荡，这得益于其完善的福利体系、包容的移民政策和务实的治理理念。现任总统穆罕默德·本·扎耶德与总理穆罕默德·本·拉希德延续了开放、理性的发展路线，推动了一系列经济改革。在社会治理方面，阿联酋采取“温和伊斯兰”模式，严厉打击极端主义，保障了多元文化的和谐共存。据统计，阿联酋外籍人口来自 200 多个国家和地区，形成了独特的“国际大熔炉”社会结构。阿联酋的外交战略呈现出鲜明的多边主义特征。在维持与美国传统盟友关系的同时，积极发展与中国、俄罗斯等新兴大国的合作。2020 年与以色列关系正常化，2023 年加入金砖国家机制，2024 年正式成为成员国，这一系列外交突破显著提升了阿联酋的国际话语权。作为中东地区最早支持“一带一路”倡议的国家之一，阿联酋已与中方建立了政府间经贸联委会等多层次合作机制，为中国企业提供了制度化的政策支持网络。在外资政策方面，阿联酋近年推出了一系列突破性改革。2018 年《外国直接投资法》首次允许外资在优先行业持股超过 49%；2020 年新《商业公司法》彻底取消多数行业的本地持股要求；2021 年废除争议多年的“本地服务代理”制度。这些改革大幅降低了外资准入门槛，使阿联酋在世界银行《营商环境报告》中的排名持续提升。目前，阿联酋已与 117 个国家签署避免双重征税协定，在全球处于领先地位。

1.2.2 经济环境

根据阿联酋联邦竞争力和统计中心最新数据，2024 年该国实际 GDP 达到 1.776 万亿迪拉姆（约合 4847 亿美元），同比增长 4%。国际货币基金组织（IMF）预测，未来六年内，阿联酋经济增速将稳定在 4%-5.1% 之间，显示出其经济发展的持续性和稳定性。阿联酋人口结构呈现出高度年轻化和国际化的特征。2023 年总人口达 1017 万，其中 20-39 岁群体占比超过 50%，形成典型的“人口金字塔

”结构。外籍人口比例高达 88.5%，主要来自南亚、东南亚和阿拉伯地区，创造了多元融合的社会文化氛围。

阿联酋经济正经历深刻的结构性转型。石油收入占 GDP 比重已从 20 世纪 70 年代的 60%以上降至 2023 年的约 25%，服务业占比提升至 58%，标志着多元化战略取得显著成效。根据阿联酋政府规划，到 2031 年工业产值将提升至 820 亿美元，清洁能源占比将达 44%，经济转型步伐持续加快。同时重点产呈现差异化发展格局。能源领域，阿布扎比国家石油公司（ADNOC）2023 年宣布将原油产能提升至 500 万桶/日。物流贸易方面，迪拜杰贝阿里港年吞吐量超过 1400 万标准箱，中转贸易额超 4000 亿美元，巩固了其全球物流枢纽地位。金融服务业占 GDP 约 10%，迪拜国际金融中心（DIFC）管理资产规模突破 2500 亿美元，成为中东最大的金融自贸区。旅游业复苏强劲，2023 年迪拜接待国际游客 1436 万人次，接近疫情前水平。

1.2.3 社会文化环境

阿联酋是中东穆斯林国家之一，拥有较为独特宗教习俗和文化禁忌。阿联酋国民非常重视宗教礼节和文化禁忌，如每天要做五次礼拜，做礼拜时要朝向麦加，进入清真寺要拖鞋等，忌讳饮酒，使用左手招待客户、在斋月期间白天饮食等。阿联酋国内犯罪率处于较低水平。城市数据平台（NUMBEO）网站显示，2024 年阿联酋犯罪指数仅为 15.6，在全球 146 个国家和地区中排名在第 125 位。其次，阿联酋政府反对一切破坏和平与稳定的暴力和恐怖注意行径，这也使得阿联酋是战争的低发区域，国内也不存在武装冲突，安全性较高。

阿联酋人口结构年轻化且较为稳定，劳动力供给充足。根据世界银行统计，2023 年，阿联酋 65 岁以上人口比重仅为 1.9%左右，低于全国 10%的平均水平。此外阿联酋对于外国移民较为依赖，2023 年外籍人口在阿联酋总人口中的占比高达 88.5%，主要来自周边国家和部分南亚、东南亚国家，其中印度占比最高。

2. 农业现状分析

本章节将对沙特阿拉伯和阿联酋农业科技的现状进行分析，涵盖海外农业投资计划、有机节水农业规划、食品及农产品贸易、清真食品认证体系、物流冷链的发展状况。两国政府正通过各项农业政策扶持提升其战略地位，产业结构调整方向包括推动高附加值作物种植的农业科技创新。同时也在深化国际贸易之间的合作，中国“一带一路”倡议与中东国家的农业技术合作(如节水灌溉、冷链物流)这都将成为重要的驱动力。

2.1 沙特阿拉伯农业生产和消费基本特征

沙特“2030”农业战略“2030 国家农业战略”是沙特政府制定的一项长期规划，旨在通过科技创新、产业整合和市场拓展，推动农业产业结构优化，提高农业附加值农业是沙特“2030 愿景”中主要的经济领域之一。目前，沙特已有 540 个有机农场，涵盖椰枣、橄榄、谷物、蔬菜和水果等多个品类。政府计划在未来几年内扩大有机农业的种植面积，并建立专门的有机农产品交易平台，以提高市场透明度和交易效率。在温室栽培领域，政府鼓励农民采用智能温室和滴灌系统，以减少水资源消耗并提高作物产量。

后疫情时代和人口结构的年轻化，该国的饮食结构和生活方式发生了很大改变。GCC 成员国的有机食品市场达 2200 亿美元，其中沙特阿拉伯就占 90%，其有机食品的需求量逐年增加。同时有机农厂也从 2015 年 145 个增加到 2025 年 540 个，涵盖椰枣、橄榄、谷物、蔬菜和水果等多个品类。政府计划在未来几年内扩大有机农业的种植面积，并建立专门的有机农产品交易平台，以提高市场透明度和交易效率。在 2023 年中国已成为全球第四大有机农业种植国，中国农业科技企业在智能农业、精准农业、农业机器人等领域具有丰富经验和技術优势。这些技术可以很好地适应中东地区的极端气候和有限水资源条件，提高农业生产效率和产出质量。中国农业企业可以通过与当地企业合作，实现技术输出与本地化结合，可以更快的速度地打开市场。

2.1.1 政府农业政策驱动措施

沙特阿拉伯近年来持续加大对农业产业的投资，以减少对进口粮食的依赖，并提升国内农业生产能力。该基金已启动多项举措和融资计划。贷款支持额度从2016年的1.21亿美元提升至2024年底的19亿美元。2025年，这一数字将进一步增长至20亿美元。

2019年沙特政府启动可持续农业农村发展计划，将在7年时间投入32亿美元，其中包含支持小农户由传统农业向有机农业进行转型，支持合理使用灌溉用水、保护环境和自然资源等内容。同时沙特政府也正在调整农业贷款政策，重点向符合国家农业和粮食安全战略的项目倾斜。贷款覆盖率已从过去的50%提高至70%，这意味着农产品企业和农业种植户在申请贷款时可以获得更大比例的资金支持。这一变化是为了推动农业生产现代化，提高粮食自给率，并促进整个农业供应链的升级。

2.2.2 投资环境与农业发展

沙特政府的多项农业投资计划正在吸引国际农业科技企业的关注。随着政府加大资金支持和政策倾斜，多个全球农业企业已开始布局沙特市场。沙特更侧重于本土生产能力的提升，尤其是规模化现代农业项目。本土企业如ACWAPower、Alfanar等公司正在加快在农业领域的投资，试图在这一轮产业升级中抢占市场份额。这些企业不仅在食品加工和农业供应链上发力，也在探索智能农业技术的应用，如精准农业、自动化种植等。

农业机械化与自动化将迎来爆发期。当前中东农业机械化率仅为40%，远低于欧美水平，但沙特“愿景2030”的装备补贴政策正推动这一指标快速提升。无人机播种、智能采收机器人等设备在大型农场的渗透率预计从2025年的15%增长至2030年的40%。

中国农业科技企业在沙特农业投资中扮演着越来越重要的角色。远景能源、国家电投黄河上游水电等公司，正在利用自身在新能源和智能农业方面的优势，推动高效农业发展。例如，利用太阳能发电支持沙漠农业种植、优化水资源利用、推动智能温室种植等。随着中国企业在农业现代化技术上的积累，未来在沙特市

场的竞争力有望进一步增强。

2.2.3 中沙两国农产品贸易

近 5 年两国农产品贸易额呈波动态势且变化幅度极大，从 2018 年的 3.1 亿美元增至 2022 年的 5.6 亿美元，其中 2020 年和 2021 年下降，其余年份增长。进口额从 2018 年的 0.1 亿美元增长至 2022 年的 1.2 亿美元，其中在 2019 年进口达到 1.9 亿美元；出口额从 2018 年的 3.0 亿美元增长至 2022 年的 4.4 亿美元，除 2021 年出现下降以外均保持增长。

我国出口沙特农产品以蔬菜、水果、糖料及糖、油籽和粮食制品为主，2022 年出口额分别为 11820.9 万美元、3317.9 万美元、3007.1 万美元、2836.6 万美元和 2699.6 万美元，占出口总额的 26.8%、7.5%、6.8%、6.4%和 6.1%（表 1）。

图 4 我国对沙特阿拉伯出口主2要农产品（大类）

单位：万美元

	2018	2019	2020	2021	2022
蔬菜	9213.5	12139.2	14322.5	11136.7	11820.9
水果	3033.9	2937.7	4001.1	3589.2	3317.9
糖料及糖	2174.8	2117.7	1624.0	1662.9	3007.1
油籽	2718.6	3146.6	2616.8	2350.1	2836.6
粮食制品	1503.2	1694.6	1349.0	1590.4	2699.6
农产品合计	29977.7	34385.3	36265.5	28359.2	44045.5

在 2022 年我国对沙出口的农产品中，排名前五的农产品分别为番茄(加工)、大蒜、葵花籽、生姜、蜂产品，出口额分别为 3985.4 万美元、3770.4 万美元、1786.5 万美元、1540.5 万美元和 1540.3 万美元，且各项产品出口在过去 5 年中都出现明显波动（图 2）。

图 5 我国对沙特阿拉伯出口主要农产品（细类）

表 4 数据来源：中国海关总署

单位：万美元

	2018	2019	2020	2021	2022
番茄（加工）	2222.3	2287.5	2717.9	2219.2	3985.4
大蒜	3116.4	5248.9	5099.7	4662.6	3770.4
葵花籽	1628.5	2100.9	1554.3	1219.1	1786.5
生姜	2069.3	2458.6	3623.3	2357.5	1540.5
蜂产品	332.2	743.8	1324.6	634.7	1540.3

中沙两国目前的农产品贸易规模较小，两国农产品贸易总额仅占我国农产品贸易总额的 0.17%。我国在沙特农产品市场的占有率偏低。沙特作为一个农产品进口大国，其水果主要从埃及、爱尔兰、南非等国进口，我国水果在沙特的出口占比远低于这些国家，2021 年在沙特进口排名中位列第 19 名。在蔬菜进口方面，2021 年中国虽排名第 1，但占比仅为 11%。两国农产品进出口品类较少，且附加值偏低，出口也主要以蔬菜、水果等初加工产品为主，贸易水平会有大幅提升的空间。

2025 年 5 月沙特与中国在北京正式签署了 57 项农产品相关协议，协议总值达 140 亿沙特里亚尔，约合人民币 269 亿元的农业合作计划。内容覆盖广泛，包括椰枣、奶制品、水产等特色农产品对华出口，协议内容包含水资源管理、智慧农业系统建设、冷链物流等多维度合作项目，这批协议被视为沙方推进非石油经济、多元化出口与粮食安全能力提升的核心组成部分。沙特此次协议更像是一次“拼图式合作”，需要中国农产品企业提供产品、系统、硬件、科技全产业链的农业生态服务。

2.2.4 中沙农产品领域的合作和研究

中国农产品科技企业进军中东国家市场，首先需结合沙特阿拉伯的资源与气

候条件开展合作与研究。依托我国在种植业和养殖业领域的特色，探寻契合沙特阿拉伯本地种植业和养殖业发展的品种与结构特点，推进劳动密集型农产品方面的合作。

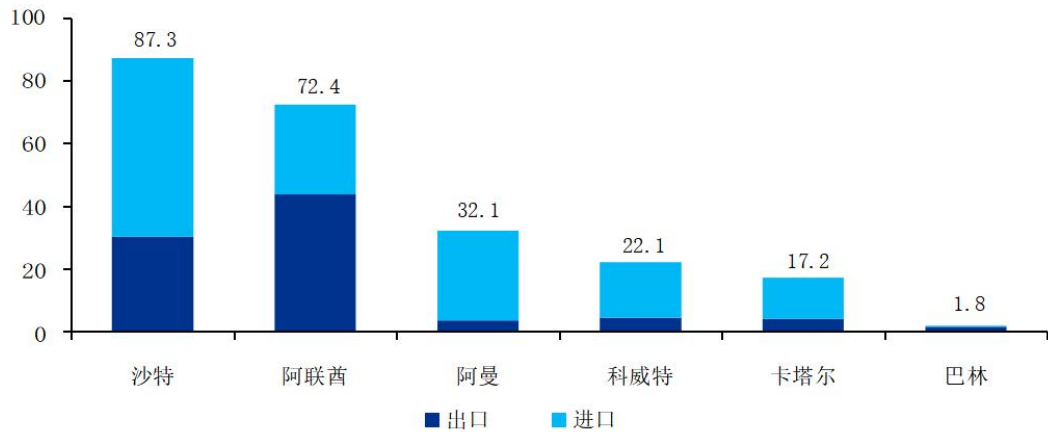
在特色水果、蔬菜、茶叶、植物类油脂、加工食品等品类上发挥自身优势；鉴于沙特阿拉伯人口结构年轻化、消费能力较强的特点，发展“互联网+”现代农业以及室内水培法，着重加强服务业领域的配套建设，构建沙特阿拉伯设施农业发展模式。

在农产品加工技术方面，借助沙特阿拉伯对本地农产品消费需求旺盛的契机，凭借我国农产品加工技术优势，建立标准化生产加工流水线，形成加工技术出口的标准化模式。例如，开发以茶叶为原料的奶茶、饼干、面包，以及水果、鱼肉类罐头等深加工产品。在增加本地就业机会的同时，持续深入开展与中沙农业科技领域的广泛合作研究，强化国内农业科技企业“走出去”的力度与广度。

2.2.5 中沙双边商贸关系

沙特和阿联酋为中国在海湾地区的前两大贸易伙伴，中国与这两个国家的进出口总额占中国与海湾地区贸易总额的比例常年维持在70%左右。其中，2021年，中国与沙特双边贸易总额达到873亿美元（图12），占中海贸易总额的37.5%；与阿联酋贸易总额达到724亿美元，占比为31.1%。中国与海湾地区六国，除了对阿联酋和巴林为贸易顺差之外，对其余四国均长期处于逆差地位，这是因为沙特、阿曼、科威特和卡塔尔是中国主要的原油进口来源国，2021年中国从这四个国家合计进口原油占中国原油进口总量的34%（图13），规模庞大。此外，阿联酋虽然也是中国主要的原油进口来源国，但阿联酋从中国进口产品涉及范围较广，总体进口规模也较大，因此是中国在海湾地区的主要贸易顺差国。

图6 2023 中国与海湾国家的贸易往来，十亿美元



2.2 阿拉伯联合酋长国农业生产和消费基本特征

根据阿联酋联邦竞争力和统计局（FCSA）数据，2023 年阿联酋私人消费实际值同比增速 14.1%，消费 2013-2023 年 CAGR 增速 5.9%，是实际 GDP 各分项中 CAGR 增速最高的。人口增长和旅游市场繁荣提振餐饮住宿、文化娱乐等消费市场需求，是私人消费高增长的主要动力。

阿联酋地理位置位于阿拉伯半岛东南部，大部分地区为沙漠和半沙漠地带，气候干旱少雨。阿联酋 85% 的粮食依赖进口，稀缺的水资源和严酷的自然环境使得阿联酋不得不选择走科技兴农道路，水培农业和垂直农场已成为阿联酋的关键发展趋势。这些农业技术被用于种植番茄、黄瓜、辣椒、草莓、木瓜、柑橘和水稻等多种作物，同时将用水量减少高达 90%。为进一步推动本地粮食生产，公共和私营部门建立了新型合作模式，配送服务也进行调整以推广水培种植的本地农产品。

2.2.1 政府农业政策驱动措施

在全球气候变化加剧、粮食安全问题日益突出的背景下，阿联酋的农业市场规模预计将从 2024 年的 33.1 亿美元增长至 2029 年的 40.9 亿美元，年均增长率达 5.4%，一场由垂直农场引领的现代化农业升级正在进行中。

随着《2051 年国家粮食安全战略》的发布，阿联酋在粮食领域迎来了重大的监管变革，简化了农业设施建立的许可流程，预计将未来建立农场的成本降低

60%。同时，电子智能平台(ZAD)的引入也提高了食品注册和监管的效率。这也为中国的农业科技企业提供了政策稳定性与市场前景。在财政层面，设立了专项基金支持农业科技创新，通过补贴和税收优惠激励垂直农场的建设；在技术层面，建立了农业科技研发中心，引进国际先进技术支持“食品科技谷”的建设。

在2024年阿联酋政府启动“种植计划”，推动农业发展与粮食安全该计划，在未来五年（2025-2030年），国家农业中心将围绕六个方向进行政策的落地：将生产性农场数量提高20%、将有机农场数量提高25%、在30%的农场推广气候智能型解决方案、将农业废弃物减少50%、将阿联酋餐馆和酒店中当地农产品的使用量增加25%、将农业部门的工人数量增加15%。

2.2.2 投资环境与农业发展

2024年中国在迪拜的FDI资金达34.2亿美元，较2023年同比增长200%以上；中国农业科技企业的投资规模正呈现出跨越式增长，涵盖了垂直农场、集装箱农场、智能温室和农业工厂等多个领域。据权威市场研究机构Mordor Intelligence预测，阿联酋的市场将以5.4%的年均复合增长率稳步攀升，预计从当前的33.1亿美元增长至2029年的40.9亿美元。这一增长态势源于其2051年实现粮食需求100%自给自足的战略目标。阿联酋为推动农业现代化转型，推出了一系列富有吸引力的政策支持措施。在财政层面，农业科技项目会拥有补贴和税收优惠；在研发领域，设立专项基金大力支持农业技术创新；这些政策举措为企业发展提供了有力支撑，释放出了阿联酋推动农业科技创新的坚定决心。中阿农业合作仍拥有广阔的发展空间。在技术研发领域，中阿双方需要通过建立联合研发中心，加强知识产权的保护和技术标准的对接；在投资政策方面，中阿双方应着力建立健全的投资风险防范机制，优化融资渠道和方式，为企业创造更加稳定的投资环境。

2.2.3 中阿农产品领域的合作和研究

近年来，中阿农业科技创新机构聚焦区域农业发展共性需求和共同挑战，在种业科技、盐碱地治理利用、旱作农业、绿色发展、畜牧兽医、能力建设等领域

开展了深度合作。青岛海水稻研发中心在阿联酋沿海沙漠地带成功试种海水稻，单产超过 520 公斤/亩，为阿拉伯国家盐碱地利用开辟了新模式。此外，中国农科院作物科学研究所还与位于阿联酋迪拜的国际盐碱农业研究中心 (ICBA) 合作开展藜麦等耐盐碱作物的筛选与评价，为优异藜麦品种创制提供支撑。在 2025 年阿布扎比农业科技企业 Silal 与中国寿光蔬菜产业控股集团合作，计划在阿联酋 AlAin 地区投资 1.2 亿迪拉姆（约合 3300 万美元），建设一座占地 10 万平方米的农业科技中心。项目将引入寿光成熟的温室系统与智能技术，适配当地干旱气候，力争水肥使用量降低 30%；协助阿联酋农业向绿色发展方向转型，提升本地农产品供应能力。这次的合作也将为后续的农业科技出海企业提供了“技术本土化”的发展路径。

2.2.4 中阿两国农产品贸易

自 2008 年粮食价格危机以来，阿联酋政府持续提升粮食安全水平。凭借港口以及活跃的转口贸易优势、先进技术应用及全球贸易新格局，阿联酋或成为 GCC 国家中贸易领域的引领者。

由于气候、土壤等条件的限制，阿联酋对谷物和谷物制品等粮食需求高度依赖进口。众所周知，我国是世界粮食出口大国，然而，根据联合国贸易数据库 (UN Comtrade) 数据显示，我国并不在阿联酋粮食（谷物）进口主要来源国之列。主要是价格上我国的粮食出口单价明显高于其他国家，出口产品以精米、燕麦、谷物细粉等精细加工食品为主，虽出口体量小但品质高。

2019—2022 年间，排名前 20 位的农产品种类变化不大，以卷烟、肉类和禽类、谷物和谷物制品等商品为主，而畜禽产品、粮食、食用油籽等均是具有出口优势的特色农产品，但在我国对阿联酋出口的农产品中，除卷烟占比较高以外，其他品类则相对有限。可见，在这一块两国农业贸易互补性有待进一步加强。

图 7 2021 年阿联酋进口粮食（谷物）情况单位：万吨，万美元%

地域	数量	占比	单价
全球	347.8	100	0.37
印度	99.2	28.5	0.48
澳大利亚	88.6	25.5	0.25
阿根廷	41.7	12.0	0.32
俄罗斯	29.6	8.5	0.29
加拿大	22.0	6.3	0.33
中国	0.57	0.2	0.56

2024 年，中国对阿联酋出口农产品 3.5 亿美元，比上年同期增长 4.6%，占阿拉伯联盟国家农产品出口总额 26.6%；对沙特出口农产品 1.9 亿美元，比上年同期增长 11.9%，占对阿拉伯联盟国家农产品出口总额 14.6%。

3 清真食品市场

本章节将对沙特阿拉伯和阿联酋清真食品的现状进行分析，涵盖了清真食品行业背景分析，沙特、阿联酋本土清真产品产业链、中国清真食品跨境出海策略、清真产品的认证与合规、清真食品合规注意事项等，近年来全球清真食品市场呈现出强劲的增长趋势，预计到 2025 年将达到约 2000 亿美元的规模。这一增长主要得益于伊斯兰世界人口的增长、全球化进程的加快以及非穆斯林消费者对清真食品认可度的提升。据统计，全球穆斯林人口已超过 17 亿，占据世界总人口的近四分之一，且这一群体对清真食品的需求不断上升。中东地区作为全球最大的清真食品市场，其市场规模已超过 500 亿美元，年增长率达到 10%以上。

3.1 沙特阿拉伯清真食品的市场发展空间

沙特阿拉伯是全球最大的清真食品消费市场之一，2024 年清真食品市场规模达 1.4 万亿美元，在中东清真产业链中的份额超过 30%，预计 2030 年突破 2.3 万亿美元。清真食品行业在沙特国家经济中占据重要地位。随着人口增长、城市

化进程加快以及居民收入水平的提升，清真食品市场需求持续扩大。根据相关数据，沙特清真食品市场年均增长率保持在 5%-7% 之间，预计未来几年将维持这一趋势。

在政策支持与监管体系方面，沙特政府高度重视清真食品行业的发展，并通过立法和政策支持保障市场规范化运作。沙特标准、计量和质量组织（SASO）负责制定清真食品认证标准，确保产品符合伊斯兰教法要求。此外，“2030 愿景”中强调发展非石油经济，清真食品产业被列为重点扶持领域之一，以推动出口和本地生产。

3.1.1 消费者偏好与需求特点

沙特清真食品和饮料市场在 2024 年的价值达 185.6 亿美元，预计到 2030 年将增长至 293.4 亿美元，复合年增长率为 7.93%。

这主要归因于沙特庞大的穆斯林人口。2025 年，穆斯林占沙特人口的 93%，对清真食品的需求是日常生活的必需。沙特消费者对清真食品的需求，不仅局限于宗教合规性，还关注食品安全、健康属性和品牌信誉。近年来，有机清真食品、功能性食品及植物基替代品逐渐获得年轻一代消费者的喜爱。同时，清真方便食品、预制菜的需求也明显增加，消费者还更偏爱具有本地口味的产品，例如椰枣风味零食等。

尽管沙特是清真食品的主要消费国，但其国内生产能力相对有限，大量清真食品依赖进口，尤其是肉类、加工食品和调味品等品类。为减少对外依赖，沙特政府鼓励外资企业投资本地食品加工工业，并通过技术引进和人才培养提高本土制造能力。

同时电商的发展为沙特清真食品消费提供了新的渠道，消费者越来越倾向于通过网络购买清真食品。如沙特超市 BinDaWood Holding 的电子商务销售额曾增长了 200%。作为中东地区最重要的节日——斋月影响显著，斋月期间是清真食品消费的高峰期，中东家庭在开斋节的支出是平时的 3.8 倍，其中 68% 的预算集中在符合清真认证的食品、体现家庭尊严的礼品以及维护社交关系的服务上。

3.1.2 国内清真食品企业在沙特阿拉伯的发展趋势

近年来,国内清真食品在沙特阿拉伯的发展呈现加速态势,尤其在政策支持、市场需求和企业创新的多重驱动下,已形成从产品输出到产业落地的全链条布局。国内清真食品在沙特的发展已从“试探性进入”转向“系统性深耕”,企业需以合规为基石,以本土化创新为核心,借力政策红利与技术升级,在万亿级市场中抢占先机。未来3-5年,具备全产业链整合能力和文化融合意识的企业,将成为沙特清真食品市场的主导者。

3.1.3 政策红利与市场机遇

沙特政府在“2030 愿景”经济转型计划中明确提出了食品产业发展目标:计划在2035年前吸引食品行业投资总额达到200亿美元。这一战略规划特别强调要重点扶持现代农业科技领域,包括垂直农场、温室种植等创新农业模式,以及禽肉加工、乳制品生产等食品加工产业。为配合这一战略实施,沙特政府于2025年6月开始正式执行《食品法实施条例》,该条例在食品安全监管方面做出了重要调整:一方面加强了对进口食品的管控,要求所有进口食品必须通过沙特食品和药物管理局(SFDA)的严格认证,并强制加贴阿拉伯语标签;另一方面则大幅放宽了外资准入限制,完全取消了对外资餐饮企业的股权比例限制,允许外资企业100%控股,仅保留了一项相对宽松的本地化要求,即外资企业需雇佣至少10%的沙特籍员工。同时沙特政府投资45亿美元发展垂直农场,中国企业可输出智能灌溉设备、温室技术,生产符合Halal标准的生菜、番茄,供应本地餐饮连锁,利润率较传统种植可提升40%。这些政策调整充分体现了沙特在确保食品安全的同时,积极吸引外资、促进食品产业发展的战略意图。

3.1.4 产业+本地文化的深度结合

沙特食品市场规模在2024年达到450亿美元,预计2025年将突破500亿美元,其中清真食品占比超过50%。年轻人口(30岁以下占比63%)和较高的城市化率(超过80%)推动了方便食品需求的激增,即食米饭、调味酱料等品类的年增速达到18%。

中国企业可以借鉴月盛斋的策略，推出椰枣风味牛肉干、藏红花口味卤制品等本地化产品，单价在 5-15 美元，契合沙特中高收入群体的消费能力。

本地餐饮企业可利用地域文化特色，结合当地饮食习惯进行市场布局。2025 年 5 月，“沙县小吃”沙特旗舰店盛大开业，单日营业额成功突破 5 万元人民币。此店开创性地推出“清真版”菜单，将猪肉替换为牛、羊、鸡肉。在 60 余种菜品中，拌面、扁肉等经典款式的占比超过 70%。该店采用“直营+加盟+培训”的模式，计划在 3 年内将门店拓展至吉达、达曼等城市，目标门店数量达到 20 家。其成功得益于精准的市场定位，主要服务沙特约 15 万的中国务工群体，同时通过半开放式厨房以及阿拉伯语菜单吸引本地消费者。沙特王室成员穆罕默德·阿卜杜拉·欧马尔在现场品鉴时，称赞其为“中沙友好的味觉见证”。

3.1.5 中国食品企业市场进入策略

在销售渠道布局方面，沙特电商市场展现出巨大的发展潜力。根据市场研究数据显示，到 2025 年，沙特电子商务市场规模预计将达到 693 亿美元，呈现快速增长态势。然而值得注意的是，当前沙特电商平台的 SKU 数量仅为 5000 万左右，与中国市场超过 8 亿的 SKU 数量相比存在显著差距。特别是在食品类目方面，其占比尚不足整体市场的 10%，这为食品品类企业提供了广阔的发展空间。针对这一市场特点，建议企业可以优先考虑入驻 Noon、Amazon Arabia 等当地主流电商平台。在产品策略上，可以创新性地推出“组合装”产品方案，例如将火锅底料与配套食材进行组合包装销售，既能满足当地消费者的便利需求，又能提升产品附加值。在营销推广方面，可以充分利用斋月等当地重要节日节点，开展直播带货等新型营销活动。同时，结合沙特正在兴起的“健康饮食”消费趋势，建议重点开发低钠、低糖、无添加的功能性健康食品。以宁夏枸杞企业为例，其创新研发的藏红花枸杞复合饮料产品，经过沙特食品实验室严格检测（钠含量控制在 50mg/100ml 以下），成功打入 Almarai 等本土知名零售渠道，这一案例值得借鉴。在品牌本土化方面，可以效仿沙县小吃成功的“文化符号植入”策略，通过在食品包装上印制麦加禁寺等具有宗教文化意义的图案，有效增强当地消费者的情感认同。这种将产品与本地化宗教信仰相结合的品牌策略，已被证明能够显著提

升产品在沙特市场的接受度和品牌亲和力。

3.1.6 合规挑战与破局路径

沙特阿拉伯对进口食品实施严格的监管要求，所有进口食品必须同时通过沙特食品和药物管理局（SFDA）注册和海湾合作委员会（GCC）认证双重审批。整个认证流程相当复杂，企业需要准备包括详细的产品成分表、完整的营养标签信息、生产工艺流程图等多项技术文件。特别值得注意的是，沙特监管部门还会进行严格的现场审计，整个认证周期通常需要 3-6 个月才能完成。因此，建议有意进入沙特市场的中国食品企业至少提前 6-12 个月启动认证程序，优先选择沙特 SFDA 官方认可的认证机构（如 GAC 认证中心等权威机构），并在预算中额外预留 20% 的资金用于可能需要的合规性改造。

与此同时，沙特对食品原料的溯源管理有着极其严格的规定。对于肉类制品，必须提供符合伊斯兰教法的“Halal 屠宰证明”；而植物油脂类产品则必须明确标注非棕榈油来源。针对这些特殊要求，中国企业可以采取“双供应链”的创新策略：可以一方面从国内进口核心原料（如四川花椒等中国特色食材），另一方面在沙特本地采购椰枣、藏红花等中东特色食材来实现本地严格合规要求。

3.2 阿拉伯联合酋长国清真食品的市场发展空间

阿联酋凭借其得天独厚的地理位置和开放包容的商业环境，已发展成为全球食品制造商进军清真食品市场的战略门户。该国充分利用地处亚非欧三大洲交汇处的区位优势，一方面大力发展国际食品贸易，另一方面积极推动高端食品科技的研发创新。根据最新市场数据显示，中东地区的清真食品饮料市场规模在 2024 年已达到 600 亿美元，展现出强劲的发展势头。

为实现清真食品产业的跨越式发展，计划到 2031 年，将本国清真食品出口额从目前的 205 亿美元大幅提升至 875 亿美元。这一目标的可行性已在 2025 年迪拜海湾食品展（GULFOOD）上得到初步验证，该展会创下了 3.78 亿美元的成交额纪录。市场分析表明，这一增长趋势主要受到三大因素的推动：首先是全球穆斯林人口的持续扩张，其次是非穆斯林消费者对健康食品需求的快速增长，最后

是迪拜作为世界级旅游目的地所带来的跨境消费红利。

随着全球范围内对清真产品需求的持续升温，阿联酋本土食品制造商对进军这一朝阳产业的热情也日益高涨。行业专家预测，到 2029 年，阿联酋清真食品市场规模将突破 312.7 亿美元大关。这一预期增长充分反映出当代消费者对饮食健康和道德标准的日益重视，以及对清真认证产品需求的持续攀升。在此背景下，阿联酋正通过完善产业链、提升质量标准、加强国际合作等多措并举，全力打造具有全球影响力的清真食品产业高地。

3.2.1 消费者偏好与需求特点

阿联酋作为一个穆斯林人口占比超过 75% 的国家，清真食品的宗教合规性不仅是消费的基本要求，更是整个食品产业的核心准则。在这个高度注重伊斯兰教法遵从度的市场，消费者对清真认证有着极其严格的标准，普遍要求产品必须通过国家级或国际权威机构的双重认证。具体而言，阿联酋国家清真标志（Halal National Mark）是最基础的准入要求，同时国际知名认证机构如马来西亚 JAKIM、印尼 MUI 的认证也备受青睐，这些认证被视为产品质量和宗教合规性的双重保证。

为确保清真食品的绝对合规性，阿联酋政府制定了严格的《阿联酋清真产品控制系统》，这套法规体系从立法层面强制要求所有食品生产企业必须获得官方认证，并对食品生产的每一个环节进行规范——从牲畜的伊斯兰教法屠宰方式，到加工过程中的设备清洁标准，再到仓储运输的隔离要求，形成了一套完整的全链条监管体系。值得注意的是，随着电商行业的蓬勃发展，阿联酋计划在 2025 年实施更为严格的在线食品配送监管政策，要求所有电商平台上的食品商家必须完成清真认证注册，并强制公开详细的认证信息，这一举措旨在彻底解决线上购物时“无法验证生产过程”这一长期存在的消费痛点。

在技术创新方面，阿联酋正在积极引入区块链和 AI 等前沿技术来提升清真食品供应链的透明度。例如，通过区块链技术实现从农场到餐桌的全流程溯源，确保每一个环节都符合教法规定；同时运用 AI 图像识别技术来验证屠宰过程是否符合伊斯兰教法的规范要求，这些技术手段显著降低了市场上出现清真食品欺诈的风险。

从消费趋势来看，海湾国家特别是阿联酋的高收入群体对健康食品的需求正在快速增长。为顺应这一趋势，2025 年迪拜有机天然食品展将特别设立“清真有机专区”，这反映出清真食品与健康食品的结合已成为重要发展方向。数据显示，中东地区的有机食品市场正以每年 18% 的速度快速增长，预计到 2027 年市场规模将突破 10 亿美元大关。在具体产品层面，阿联酋消费者越来越青睐低脂、低糖、无添加剂的健康食品，比如当地企业创新推出的无醇麦芽饮料就是一个典型案例，这类产品不仅完全符合严格的清真标准，还以“纯天然原料”和“悠久历史传统”作为核心卖点，成功吸引了大量注重健康生活方式的年轻消费群体。

3.2.2 国内清真食品企业在阿联酋的发展趋势

2024 年中国对阿联酋农产品及食品出口呈现强劲增长态势，出口总额同比大幅增长 18%，达到 15 亿美元的历史新高。值得注意的是，出口结构持续优化升级，其中高端加工食品（如优质鱼子酱、有机认证枸杞等）在出口总额中的占比显著提升至 35%，较上年同期提高 5 个百分点。同时根据最新市场调研数据显示，当前中国食品及清真食品出口企业已形成较为完善的品类矩阵，主要包括以下三大类：

1. 传统优势品类：主要包括真空包装牛羊肉制品、有机茶叶等基础性产品。
2. 创新突破品类：涵盖清真火锅底料（重庆真伊顺与中东联盟集团达成战略合作，成功入驻 Talabat 等主流外卖平台）、自热方便食品（如成都辣典清真牛肉自热锅在中东市场表现突出，单月销量突破 10 万盒）等新兴产品。
3. 高端战略品类：包括顶级鱼子酱（江西上饶鳊鱼食品生产的高端产品单公斤售价超过 2300 元人民币）、创新植物基食品（宁夏企业研发的椰枣蛋白肉饼等产品获得国际认证）等高附加值产品。这些品类正逐步成为中国食品出口的核心竞争力所在。

3.3.3 政策红利与市场机遇

阿拉伯联合酋长国政府将清真农产品与食品产业作为国家战略发展重点，从立法、监管、产业政策等多个维度构建了全方位的发展支持体系。在立法层面，

政府专门制定了《清真食品生产与销售管理条例》等系列法规，对清真食品的原料采购、生产加工、仓储运输、销售服务等全流程进行严格规范；在标准认证方面，建立了与国际伊斯兰食品标准委员会（IFSAC）和海湾标准化组织（GSO）相衔接的质量认证体系，确保产品符合伊斯兰教法和国际市场需求；在产业扶持方面，实施了包括财政补贴、税收减免、土地优惠、研发资助等在内的“一揽子”激励政策，为产业发展提供了强有力的制度保障。这一系列举措不仅大幅提升了国内清真食品产业的规范化水平，更使阿联酋清真产品在品质认证、品牌形象等方面获得国际市场广泛认可，推动该国逐步发展成为全球清真食品产业的重要枢纽。

阿联酋政府高度重视国际市场的开拓与贸易渠道的构建，通过组织企业参与 Gulfood、SIAL 等国际顶级食品展会，为本土企业搭建了对接全球采购商的优质平台。与此同时，阿联酋政府正积极推进与中国自贸协定的谈判工作，特别是在清真食品加工设备领域取得实质性突破。经过多轮磋商，目前部分关键设备的进口关税已从原来的 15% 大幅下调至 5%，这显著降低了企业的设备采购成本，为产业升级提供了有力支持。

为进一步完善清真食品产业的金融服务体系，阿联酋联邦出口信贷公司（ECI）与迪拜伊斯兰经济发展中心（DIEDC）于近期达成深度战略合作。根据协议，双方将整合各自在金融资源和产业网络方面的优势，共同组建“清真食品贸易金融服务委员会”这一专业机构。该委员会将重点打造四大核心服务体系：一是为出口企业提供定制化的贸易融资解决方案；二是构建覆盖原材料采购、生产加工、物流运输等全链条的供应链金融服务；三是开发应对汇率波动的风险管理工具；四是提供市场咨询、信用评级等增值服务。通过这一创新性的金融合作模式，双方致力于打造一个具有国际影响力的专业服务平台，为清真食品企业开拓海外市场提供强有力的资金保障和风险管理支持，进而推动阿联酋在全球清真食品贸易中发挥更加重要的作用。

3.3.4 中国农产品市场进入策略

中国清真企业开拓阿联酋市场需要建立系统化的战略框架，重点围绕宗教合

规性、文化适配性和技术创新赋能这三大战略支柱，构建“战略定位-产品创新-渠道深耕-信任建设”四位一体的市场拓展体系。具体实施路径可从以下维度展开：

1. 高端化市场突围战略

阿联酋作为中东地区经济最发达的国家之一，其人均 GDP 已突破 3 万美元大关，高端食品市场年增长率保持在 15%左右。中国企业可重点布局以下方向：有机产品认证：以宁夏沃福百瑞枸杞为例，在获得阿联酋有机认证后，枸杞原浆产品在迪拜高端超市的售价可达国内市场的 3 倍，同时可申请当地政府“受控环境农业（CEA）”专项补贴，大幅降低垂直农场建设成本。

2. 政策红利捕捉

1) 自贸区免税：于迪拜自贸区设立分公司，可享受 15 年免税期。例如，晶泰科技与阿联酋王室携手建设自动化实验室，在政府战略新兴产业转型机构的推动下，未来有望开拓中东、北非市场。

2) 关税减免：海湾阿拉伯国家合作委员会（GCC）成员国间的零关税政策，使中国清真食品经迪拜转口至沙特、阿曼的成本降低 12%。新疆番茄制品经迪拜杰贝阿里港（Jebel Ali 港）转口后，可实现 15%的溢价。

3. 可持续与健康需求深化

1) 植物基、低糖产品需求持续增长，例如 Al Islami Foods 的植物基汉堡已成为市场亮点。同时，零浪费和低碳生产将成为竞争焦点，如阿联酋计划到 2030 年减少 50%食品损失，企业可通过3光伏供电生产线获得政府 50%设备补贴。

2) 功能性食品创新：针对阿联酋高达 20%的糖尿病发病率，可开发添加藏红花的清真能量棒、低糖魔芋椰枣糕等产品，通过参加迪拜健康博览会等专业展会获取 B2B 订单。

3) 年轻消费群体：25-34 岁人群占比超过 60%，偏好健康与潮流结合的产品。

1、ESMA：阿联酋标准化与计量局（ESMA）是阿联酋的国家标准机构，负责制定和实施产品技术法规，确保产品符合安全、健康和环境标准。

2、HALAL 认证:即 Halal 认证，即符合穆斯林生活习惯和需求的食品、药品、化妆品以及食品、药品、化妆品添加剂。

3、SFDA：沙特食品药品监督管理局负责食品进口注册、检疫、标签规范、清真认证、现场抽检；

4、沙特标准计量与质量局（SASO）：负责制定食品相关标准和技术法规；

5、海关总署（Zakat, Tax and Customs Authority）：负责进口清关流程与关税政策。

出海中东，从盈天开始

4) 外籍人口市场：占阿联酋总人口 80%的外籍群体（包括印巴、东南亚、华人等）需求多元。可针对印巴社区开发咖喱酱料和速冻馕饼。

4. 产品创新双轮驱动模式

1) 本土化改良：成都辣典将自热火锅辣度从“特辣”调整为“微辣”，并添加椰枣酱调和风味，在开斋节期间联合 Talabat 外卖平台推出“辣味派对”套餐，实现单月销量突破 10 万盒。

2) 餐饮联名：与迪拜本地网红餐厅合作开发“中东风味清真披萨”（添加鹰嘴豆泥），结合 VR 技术展示从牧场到餐桌的全流程，提升体验感。

3) 文化融合设计：伊合顺鲍汁牛肉面采用阿拉伯书法包装设计，融入椰枣、藏红花等中东元素，在阿布扎比书展荣获“最佳文化融合奖”，产品溢价空间提升 30%。

5. 电商与线下全渠道融合布局策略深度解析

1) 跨境电商战略布局：Fordeal 平台作为集团全球化战略的核心业务板块，经过三年深耕细作，已发展成为中国清真食品出海的关键通道和首选平台。最新运营数据显示，平台清真食品类目年交易额突破 3.5 亿美元，占总 GMV 的 14%，在跨境食品品类中稳居前三甲。Noon 平台覆盖阿联酋、沙特等中东六国，市场份额超过 20%，日均活跃用户达 800 万。

2) 搭建本地化分销体系，构建深度分销网络：中资食品企业可与当地清真食品批发商建立战略合作，形成覆盖线下超市、社区便利店、传统集市等多渠道的分销网络。通过数字化供应链管理系统，提高库存周转率。

3) 宗教文化与节日场景营销创新：公司营销团队深入钻研伊斯兰文化传统，可组建由当地宗教顾问参与的创意小组。在斋月期间精心打造“信仰之味”系列营销企划，包含限量版礼盒包装、文化主题短视频、线上开斋节直播等多元化内容。

4 清真食品的法规与认证体系

根据 2014 年阿联酋内阁颁布的第 33 号法令，政府建立了严格的 Halal 认证制度，规定所有食品生产加工企业（包括本土制造商和国际进口商）都必须获得

Halal 认证资质。此认证不仅要求最终产品符合伊斯兰教法规定，还对原料采购、生产加工、储存运输等全流程实施标准化管理。

2025 年 5 月，阿联酋标准计量局（ESMA）进一步出台补充规定，要求境外食品出口企业必须在阿联酋进行强制性注册登记，同时需满足包括 HACCP 食品安全管理体系、全程可追溯系统以及原料来源透明化等在内的多项严格标准。

清真认证体系的核心是清真原则，这些原则贯穿食品整个生命周期。从原材料的选取、加工过程，到最终产品的包装和销售，每一个环节都必须遵循伊斯兰教法的规定。肉类产品必须来自按照伊斯兰教法屠宰的动物，乳制品不得含有酒精成分。阿联酋对清真食品的监管在全球处于领先水平。自 2025 年起，阿联酋标准化与计量局（ESMA）强制要求所有声称“清真”的食品必须通过认证，认证范围涵盖成分、加工、包装全流程，甚至包括基因改造和化肥残留检测。认证流程由 ESMA 主导，第三方机构如 SGS、Intertek 参与审核，确保从屠宰到上架的每个环节都符合伊斯兰教法。迪拜还设立“清真集群”（HalalCluster），整合制造、物流和认证资源，进一步提升产业的标准化程度。

4.1 清真合规注意事项

清真合规是中国清真食品企业确保其产品符合伊斯兰教法规定的关键环节。企业在进行清真合规时，需要注意以下几个方面：首先，确保所有原材料都是清真来源，即必须由穆斯林按照伊斯兰教法屠宰的动物提供。例如，肉类产品必须经过哈吉（halal）屠宰，这意味着动物在屠宰前必须被正确屠宰，并且其血液必须被完全排出。

其次，加工过程必须符合清真标准。这意味着在整个生产过程中，必须避免任何违反伊斯兰教法的行为，包括禁止使用酒精、猪肉等非清真成分。例如，在食品加工过程中，必须使用专门的工具和设备，以防止与非清真产品交叉污染。

最后，产品包装和标签也必须遵守清真规定。这意味着产品包装不能含有任何违反伊斯兰教法的信息，如酒精或猪肉等，同时，清真标签必须清晰、准确地标示产品已通过清真认证。在清真合规过程中，企业需要建立一套全面的质量管

理体系，以确保产品的整个生命周期都符合清真标准。

4.1.1 沙特阿拉伯清真合规要求

沙特阿拉伯作为全球清真食品贸易的重要枢纽和最大进口国之一，其严格的清真合规监管体系覆盖了从原材料采购、生产加工、仓储运输到终端销售的全产业链环节。近年来，沙特政府持续升级监管体系，通过引入先进的数字化追溯技术和国际标准化认证手段，显著提升了监管效率和透明度。

图 8 沙特进口食品所需主要认证及文件汇总

认证名称	颁发机构	用途	是否必须
SFDA进口商与产品注册	SFDA	作为产品合规的基础前置步骤	✅ 是
Halal清真认证	SFDA认可机构	动物源性食品和含明胶产品的必需项	✅ 是（部分产品）
健康证书（Health Certificate）	出口国官方机构（如中国海关）	证明产品无疫病、无污染	✅ 是
原产地证书（CO）	中国贸促会/商会	明确产品原产地，利于享受FTA待遇	✅ 是
成分列表+营养标签	企业自行准备+阿语翻译	必须符合SASO标准	✅ 是
装箱单与发票	企业提供	用于清关估价	✅ 是
Conformity Certificate (CoC)	SFDA授权检测认证机构	高风险产品需，确认SASO标准一致性	⚠️ 视产品而定

根据沙特标准计量与质量组织（SASO）和伊斯兰事务部最新发布的 2025 年度清真食品要求：

1. 核心合规标准

– **禁用成分：**严格禁止猪肉、酒精、血液制品及非清真屠宰动物源性成分（如猪油、明胶）。例如，巧克力中的乳化剂若含猪源性甘油，需替换为植物或清真动物来源。

– **屠宰要求：**肉类必须由穆斯林以伊斯兰教法（Zabiha）屠宰，宰前诵念“以真主之名”，并保留屠宰记录至少 180 天。

- 设备隔离：生产线需与非清真产品物理隔离，设备清洁需使用不含非清真成分的洗涤剂。

3. 供应链管理

- 可追溯性：从原料采购到运输的全链条需建立数字化追溯系统，记录保质期后至少保留 180 天。沙特近年推动区块链技术应用，要求出口企业接入其智慧粮食安全城平台，实现批次信息实时共享。

- 运输与储存：冷链运输需符合 GSO 标准，车辆和仓库需专用或彻底清洁，避免交叉污染。

4. 认证流程与费用

预注册阶段：企业需通过沙特食品和药物管理局（SFDA）官方平台提交完整的工厂注册资料，包括详细的生产场所信息、完整的生产工艺流程图（需标注关键控制点）以及所有原料成分的详细清单。在此过程中，企业需同步完成海湾标准化组织（GSO）的认证申请，确保产品符合 GSO 清真标准要求，该步骤是获得沙特市场准入的必要前提条件。

现场审核环节：由 SFDA 或其授权的第三方认证机构派遣专业审核团队，对屠宰加工全流程进行实地核查。审核重点包括：屠宰操作是否符合伊斯兰教法规定、加工设备的清洁消毒记录是否完整可追溯、供应链管理文件是否规范。特别需要核查的是动物来源证明文件，例如牧场提供的清真饲养声明、兽医健康证明等关键文件，这些材料必须完整且真实有效。

电子证书签发：在通过所有审核程序后，系统将自动生成具有防伪功能的电子清真证书，该证书采用动态水印技术确保安全性。需要注意的是，每批出口货物都必须随附专门的装运证书（Consignment Certificate），该证书与电子清真证书配套使用。此类证书具有严格的时效性限制，仅对当次出口运输有效，不可重复使用或延期。

5. 费用与周期

- 认证费用：工厂需要通过严格的产品质量认证流程，其认证费用约为 1.7 万人民币。此外，针对不同产品品类，单个 SKU 的认证成本差异较大，通常在 200-500 美元之间浮动。整个认证流程需要经过多个环节的审核与测试，因此认

证周期相对较长，一般需要 4-8 周才能完成全部认证工作。

- 附加成本：除了基础的认证费用外，企业还需考虑多项附加成本支出。例如产品标签需要采用双语设计，并且必须包含符合行业标准的加密二维码。同时，为满足现代供应链管理需求，企业还需投入资金接入区块链溯源系统。这些隐性成本虽然单笔金额不大，但累积起来相当可观，建议企业在项目规划阶段就做好相关预算安排。

6. 标签与包装

基础商品信息标注规范要求所有包装必须以阿拉伯语作为主要展示语言，同时辅以英语作为补充说明。具体标注内容必须完整包含以下要素：产品正式名称、原产国家信息、详细成分表（所有成分必须按照含量百分比从高到低依次排列）、明确保质期以及显著的清真认证标志。特别需要注意的是，对于乳制品类别，必须额外注明“本产品奶源全部来自经过清真屠宰程序的奶牛”这一关键信息。

特殊标注要求方面需特别注意以下三点：首先，若产品含有转基因原料，必须在成分表附近以醒目字体标注“本产品含有转基因原料”的警示语句；其次，对于肉类制品，必须明确标注“Halal Slaughtered（清真屠宰）”字样，并同时注明负责认证的权威机构全称；最后，自 2025 年 1 月 1 日起，所有出口商品外包装必须印制具有防伪功能的 12 位动态加密二维码，该二维码将关联官方数据库，消费者通过扫描可实时验证产品的清真证书真伪，并追溯完整的供应链流通信息，包括生产日期、运输记录和仓储情况等关键数据。

7. 禁用内容

为确保产品的清真合规性，所有成分说明必须清晰明确，严禁使用“可能含有非清真成分”等模棱两可的表述。每种原料的来源和性质都需详细标注，包括动物源性成分的具体种类及其屠宰方式。在包装设计方面，需严格审查所有视觉元素，避免出现任何可能引起宗教争议的符号，如十字架等基督教标志。同时，包装文字表述必须严谨，不得包含任何暗示产品可能不符合清真标准的用语，例如“非清真生产”或“非清真认证”等表述。所有设计元素和文字内容都应当经过专业清真认证机构的审核确认。

8. 进口程序与文件

基础文件部分：进口货物需提供完整的原产地证明文件，该文件需详细列明产品的原产国及生产地信息；同时必须附上由出口国官方机构出具的卫生证书，证明产品符合食品安全卫生标准；此外还需提交详细的产品成分分析报告(COA)，报告中应包含所有成分的精确含量及检测数据；最后还需提供经过中国国家药品监督管理局（SFDA）审核批准的正式注册确认函，以确认该产品已获得在中国市场销售的合法资质。

清真专项要求：针对清真类产品，每批次货物都必须随附由 SFDA 认证的权威检测机构所签发的清真装运证书，该证书需明确标注产品的清真认证状态及有效期；若进口产品为肉类制品，则还需额外提供符合伊斯兰教规的屠宰证明文件，证明该肉类产品从屠宰到加工的全过程均严格遵守清真食品的相关规定与标准。

9. 特殊产品要求

乳制品类产品：必须提供由牧场出具的正式清真认证声明文件，详细说明所有原料来源及生产流程符合清真标准。同时需要提交完整的加工工艺说明，证明在整个生产过程中未使用任何酒精类物质及非清真认证的食品添加剂，并提供相关检测报告作为佐证。

农产品及其加工制品：严格禁止在产品配方中使用任何来源于猪的原料成分，包括但不限于猪胎盘提取物、猪源性胶原蛋白等。产品中若需添加酒精成分，必须确保其来源为人工合成或植物提取，且在产品最终配方中的含量必须严格控制在 0.1% 以下，并提供相应的成分分析报告。

保健品或衍生制品：所有胶囊剂型产品必须使用植物来源的明胶作为外壳原料。产品中使用的各类辅料，如甘油等添加剂，必须提供清真认证文件，证明其来源于清真屠宰的动物或植物提取，并确保整个供应链的可追溯性。

10. 供应链数字化与风险管理

区块链溯源技术应用：沙特阿拉伯政府在与中国的农产品贸易合作中明确提出，要求进口自中国的特色农产品（如椰枣、乳制品等）必须采用由中国主导研发的区块链溯源系统。该系统通过分布式账本技术，完整记录农产品从原产地种植、加工处理、冷链运输到最终上架销售的全供应链数据，实现“从农场到货架”的全程可追溯、不可篡改的透明化管理，确保食品质量安全。

AI 智能监控体系：部分领先的企业已率先部署基于计算机视觉的人工智能监测系统。该系统通过高清摄像头和深度学习算法，可 7×24 小时不间断地对屠宰生产线进行实时监控，特别是针对禽类屠宰过程中的关键环节（如颈动脉切割的深度、角度是否符合伊斯兰屠宰规范）进行精准识别和记录。同时还能智能检测生产环境中的交叉污染风险（如生熟食区域人员流动、设备混用等情况），及时发出预警，大幅提升食品安全管控水平。

11. 持续合规

年度审核管理要求：根据国家食品药品监督管理局（SFDA）的相关规定，企业所获得的清真食品认证证书通常具有 1-2 年的有效期。为确保认证的持续有效性，获证企业必须在每个认证年度内通过 SFDA 指定的官方电子政务平台，按时提交详细的企业年度生产情况报告，同时还需附上由企业内部质量管理部门或第三方专业机构出具的完整内部审计记录文件。这些材料将作为监管部门评估企业持续符合清真食品生产标准的重要依据。

产品召回应急机制：当经权威检测机构确认企业生产的产品中存在非清真成分或不符合清真标准的情况时，企业必须立即启动紧急召回程序。具体而言，企业应在发现问题后的 48 小时（即两个工作日内）内采取有效措施召回市场上流通的相关批次产品，同时必须向 SFDA 提交包含问题原因分析、整改措施、预防方案等内容的详细书面报告。该报告需明确说明问题的根源、已采取的纠正措施以及未来防止类似问题再次发生的具体方案。

12. 违规后果与应对

对于首次违反沙特市场相关规定的企业，监管部门将采取以下惩戒措施：首先要求涉事企业立即将违规产品从市场下架，停止销售；其次根据违规情节轻重，处以 1 万至 5 万里亚尔（约合 2666 至 13333 美元）不等的经济处罚；同时还会在官方渠道发布公开警告，以起到警示作用。而对于屡次违规或存在重大违规行为的企业，处罚将更为严厉：涉事企业将被列入沙特进口黑名单系统，在 3 年期限内完全禁止向沙特市场出口任何产品；此外，海关部门有权对已到港的违规货物采取强制措施，包括但不限于就地销毁或原路退运处理，所有相关损失和费用均由违规企业自行承担。

13. 风险规避建议

双轨认证策略：企业应当采取同步申请 SFDA（沙特食品和药品管理局）认证与国际主流认证（如 GAC 海湾合作委员会认证）的双轨并行方案，通过这一战略布局，不仅能够满足沙特本国的监管要求，还能同时覆盖中东地区及东南亚新兴市场的准入标准，实现市场拓展的最大化效益。

本地化合规团队建设：为确保企业产品持续符合沙特不断更新的法规要求，建议组建专业的本地化合规团队，其中包括聘请精通沙特药品食品法规体系的资深顾问。该团队需要建立完善的法规跟踪机制，定期监测 SFDA 官方网站发布的各项法规更新公告（例如即将于 2025 年 7 月正式实施的营养标签新规），并及时调整企业的合规策略。

清真认证体系升级：当前沙特的清真合规要求已发生质的飞跃，从最初单纯的宗教认证标准，逐步演变为融合了现代食品生产技术、伊斯兰文化传统以及供应链安全管理三大维度的综合性体系。企业必须建立贯穿原料采购、生产加工、物流运输到终端销售的全流程管控机制，特别需要加大对数字化清真认证技术、动态标签管理系统以及产品全生命周期追溯系统的资源投入。

市场机遇与实施路径：借助中沙两国政府间合作项目的政策支持，以及通过整合沙特本地的产业资源，中国食品医药企业完全有能力在这个年复合增长率超过 9% 的潜力市场中占据有利地位。具体实施时，建议优先选择已获得 SFDA 官方授权的认证机构开展合作，同时与沙特当地的核心进口商建立长期稳定的沟通机制，以便快速应对沙特监管部门可能出台的各项政策调整和市场变化。

4.1.2 阿拉伯联合酋长国清真合规要求

阿联酋作为中东地区重要的经济体，针对清真食品构建了一套极为严谨且全面的合规要求体系。该体系不仅符合伊斯兰教法的基本原则，更与国际食品安全标准接轨，其监管范围贯穿从原料采购、生产加工、仓储物流到市场准入的全产业链条各个环节。为确保清真食品的纯正性，阿联酋政府制定了严格的认证程序和监管机制，要求所有环节都必须符合伊斯兰教法的相关规定。以下是基于截至 2025 年的最新修订法规所做的系统性深度解析，内容涵盖清真认证标准、检验

检测要求、标签标识规范以及进出口监管政策等核心要点。

4.1.3 核心标准与认证体系

农产品、食品必须严格符合阿拉伯联合酋长国（UAE）的强制性标准 UAE.S OIC/SMIIC（清真食品通用要求），这项标准对清真食品的生产、加工、储存、运输等各个环节都制定了详细的规定。同时，产品需要通过阿联酋标准与计量局（ESMA）或其官方认可机构的全面审核认证，以确保完全符合当地法规要求。值得注意的是，根据阿联酋政府机构改革计划，到 2025 年，ESMA 将被整合并入阿联酋标准与计量委员会（Emirates Standards and Metrology Council，简称 EMC），但这一组织架构调整不会影响现有的认证流程和标准要求，所有认证程序和审核标准都将保持与原先完全一致。

根据相关法规要求，申请认证的机构必须获得阿联酋标准化与计量局（ESMA）的官方认可。具体而言，可接受的认证机构包括但不限于：海湾认证中心（GAC）、阿联酋国际认证委员会（EIAC）这类区域性权威机构，以及迪拜市政府下属的中央实验室部门（DCL）等地方性认证机构。这些机构在开展认证工作时，必须严格遵循国际通行的食品安全管理体系标准，如危害分析与关键控制点（HACCP）体系或 ISO 22000 食品安全管理体系标准。此外，申请机构还需向 ESMA 提交由这些认证机构出具的、经 ESMA 官方认可的资质证明文件，以证实其认证活动的合法性和有效性。

1. Halal 证书与标志

国家标志体系：由阿联酋标准化与计量局（ESMA）独家负责统一管理，具体分为 Halal 国家标志和 Halal 证书两大类。这两种认证形式都必须清晰标注认证机构的完整名称及其唯一编号，以确保认证的可追溯性和公信力。国际互认机制：在 Halal 认证的国际互认方面，阿联酋政府承认包括马来西亚伊斯兰发展署（JAKIM）、印度尼西亚伊斯兰学者理事会（MUI）在内的多个国际权威认证机构颁发的证书。但需要注意的是，这些境外机构的认证必须通过 ESMA 严格的等效性审核程序，确认其认证标准与阿联酋国家标准完全一致后，方可获得正式认可。

2. 原料与生产过程管控

根据严格的清真食品规范要求，以下内容必须绝对禁止：任何形式的猪肉及其所有衍生产品（包括但不限于火腿、培根、猪油等）、各类含酒精的饮品及食品（食品中酒精含量必须严格控制在 0.1% 以下）、以及所有未经清真屠宰程序处理的动物制品。特别需要注意的是，所有被禁物品及其衍生物都不得以任何形式出现在食品生产加工环节中。

针对肉类食品的特殊要求：所有肉类必须由符合资质的穆斯林、犹太教徒或基督教徒按照宗教仪式进行屠宰，且整个屠宰过程必须由经过认证的穆斯林监督员进行全程监督，并详细记录屠宰的每个环节以确保符合标准。

关于鱼产品的规定：如果是野生捕捞的鱼类，因其自然属性可免除屠宰仪式的特殊要求；但如果是人工养殖的鱼类，则必须确保其来自经过清真认证的专业渔场，并提供完整的溯源证明。所有相关记录和证明文件都必须妥善保存以备查验。

3. 生产设施规范

为确保清真产品的生产全过程符合伊斯兰教法规定，必须严格执行以下关键控制措施：

物理隔离管理：所有涉及清真产品的生产线、加工设备和储存容器必须与非清真产品实现彻底的物理隔离。具体措施包括：设立完全独立的清真专用生产车间，配备专属的仓储区域，并在所有相关区域醒目位置张贴“清真专用”标识。隔离区域应设置物理屏障，确保人流、物流完全分离，避免任何可能的混用情况。

清洁消毒规范：所有生产设备必须使用经过伊斯兰教法认证的专用清洁剂进行彻底清洁，严禁使用含酒精成分或猪油衍生物的清洁产品。清洁过程必须详细记录，建立完整的消毒档案，保存期限不得少于 24 个月。记录内容应包括：每次消毒的具体时间、采用的消毒方法、使用的清洁剂批号、消毒效果检测报告以及操作人员签名等完整信息。

交叉污染防控体系：严格禁止使用曾经接触过非清真产品的任何工具或器具。在不可避免需要使用共用设备的情况下，必须执行严格的净化程序：首先进行 7 次碱性溶液彻底清洗，随后进行高温蒸汽消毒（温度不低于 121℃，持续时间不少于 30 分钟），最后经清真认证机构检验合格后方可投入使用。所有净化过程

必须全程记录并留存备查。

4. 标签与包装合规

为确保产品信息清晰传达并符合阿拉伯地区的规范要求，所有包装标签必须严格遵循以下规定：首先，在语言使用方面，阿拉伯语必须作为主要展示语言，所有文字内容需采用 6 号或更大字号，并确保在包装正面最显眼的位置呈现。虽然允许添加英语作为辅助语言，但英语信息的展示不得以任何形式遮挡或影响阿拉伯语内容的完整性和可读性。

在具体内容方面，标签必须包含以下详细信息：完整的成分列表（要求按照各成分在产品中的含量从高到低依次排列，即使是微量添加剂也需明确标注）；清晰可见的生产日期（可采用伊斯兰历或公历标注，但建议优先使用伊斯兰历）；明确标注的保质期限；以及完整的进口商信息（包括进口商全称和详细地址）。

此外，认证信息也是必不可少的要素：必须注明官方认证机构的完整名称，醒目地展示 Halal 认证标志，并标注对应的认证编号（例如规范的表述方式应为“Halal Certified by ESMA”字样）。所有认证信息需与产品实际情况完全一致，确保消费者能够准确识别产品的合规性。

5. 视觉规范

标志样式规范：为确保产品标识的清晰性与合规性，所有标志必须严格采用绿色或黑色字体进行设计。标志设计中必须包含新月图形元素，可参考 ESMA（阿联酋标准化与计量局）官方标志的样式标准。特别需要注意的是，任何可能造成消费者混淆或误解的设计元素都严格禁止使用，包括但不限于与非清真品牌相似的配色方案、图形结构或整体视觉风格，以免对消费者产生误导。

特殊产品标注要求：对于含有动物源性成分的食品，必须进行明确标注。标注内容应包括“Contains Animal Derivatives”（含动物源性成分）的声明性文字，同时还需详细注明具体成分来源。标注格式示例如：“Beef Gelatin from Halal Slaughtered Cattle”（来自清真屠宰的牛源明胶）。所有标注信息应当清晰易读，使用不小于标准字号的字体，确保消费者能够准确识别产品属性。

6. 市场准入与进口流程

所有进口至阿联酋的食品类产品都必须通过 ZAD 系统（阿联酋国家食品注册

平台)进行在线申请注册。申请人需要在该系统上填写完整的注册申请表,并按要求上传以下必备文件材料:首先是 Halal 清真认证证书的原件扫描件(需确保清晰可辨),其次是详细的成分分析报告(该报告必须由 ESMA 官方认可的实验室出具并盖章),最后还需要提供完整的产品生产流程图(包含从原料到成品的全部关键工序)。

整个注册过程涉及的费用大约在 2,000 至 5,000 阿联酋迪拉姆之间(折合美元约为 545-1,360 美元,具体汇率以支付时为准)。费用差异主要取决于产品类别和注册复杂度。注册申请提交后,标准的处理周期通常为 2 至 4 周时间,但特殊情况下可能会有所延长。

对于被 ESMA 列为高风险类别的食品(主要包括肉类制品、乳制品等),除了上述基本材料外,申请人还需额外提交两项重要检测报告:一是详细的微生物检测报告(需包含致病菌检测结果),二是重金属残留分析报告(需检测铅、汞、镉等重金属含量)。这两份报告同样必须由 ESMA 认可的实验室出具方为有效。

7. 清关与抽检

文件审核环节是进口货物通关的重要步骤,海关部门会严格核查多项关键资质文件,包括清真食品认证(Halal 证书)、阿联酋标准化与计量局注册证明(ESMA)以及原产地卫生证书(COO)。这些文件必须完整有效,任何缺失或不符合要求的文件都可能导致货物在海关被暂时扣留,直至补齐所需材料为止。此外,海关还会核对文件上的信息与实物是否完全一致,确保所有申报内容真实准确。

在质量监管方面,迪拜海关实行随机抽检制度,平均约 10%的进口货物批次会被选中进行实验室检测。这些抽中的样品将被送往迪拜中央实验室(DCL)进行专业分析,检测重点主要集中在两个方面:一是核查产品成分是否符合阿联酋的食品安全标准,特别是对添加剂、防腐剂等敏感成分的严格把控;二是检查产品外包装标签的准确性,包括成分表、生产日期、保质期等关键信息的完整性和真实性。这种抽检机制有效保障了进口商品的质量安全,维护了当地消费者的权益。

8. 合规风险与应对策略

行政处罚措施:对于首次违反相关法规的企业或个人,将面临 10,000 至

50,000 阿联酋迪拉姆（AED）的经济处罚；若同一主体在处罚后再次发生违规行为，除将面临更为严厉的经济制裁外，其进口许可证将被依法吊销，同时还将被处以禁止进入当地市场开展经营活动长达 1 年的市场准入限制。

声誉影响及公示制度：所有违规行为的相关信息将被详细记录并公开披露在欧洲证券和市场管理局（ESMA）的官方网站上，这种公开透明的监管机制将对企业声誉造成显著损害。特别是在海湾合作委员会（GCC）地区，此类负面信息的公示将直接影响企业与其他商业伙伴的合作关系，可能导致现有合作项目的中断以及潜在商业机会的丧失，对企业的长期发展产生深远的负面影响。

4.1.4 中国清真食品企业出口应对建议

为确保产品顺利出口至阿联酋市场，建议中国食品出口相关企业采取以下系统化的合规管理措施：

1. **提前预审环节：**在产品正式出口前，建议委托国际权威第三方检测机构（如 SGS、Intertek 等）开展全面的模拟审核。审核重点应包括但不限于：详细核查产品成分表是否符合阿联酋标准、全面检查生产设备清洁记录是否完整规范、严格审核产品标签样张的合规性（包括双语标识、警示语等要素）。

2. **本地化合作机制：**建议与阿联酋当地具有资质的进口商或专业认证代理机构（如 Raqam 咨询、Gulf Conformity 等）建立长期合作关系。这些合作伙伴可协助处理地方性特殊要求，例如迪拜地区需要通过 FIRS（食品进口登记系统）进行强制性二次注册，以及应对各酋长国可能存在的差异化监管要求。

3. **动态跟踪体系：**建议建立专门的法规监测机制，定期查阅 ESMA（阿联酋标准化与计量局）官方网站的最新公告，同时密切关注 MOCCA（气候变化与环境部）发布的政策动态。通过建立预警机制，确保企业能够及时获取法规变更信息，并据此快速调整合规策略，避免因政策变化导致的贸易风险。

4. **持续改进流程：**建议将上述措施纳入企业的质量管理体系，形成 PDCA 循环，通过定期评估合规效果，持续优化出口合规管理流程。

5. 2025 年认证机构最新动态

阿联酋清真认证体系迎来重要更新：在认证机构拓展方面，迪拜市政府下属

的迪拜中央实验室（DCL）已正式获得阿联酋标准化与计量局（ESMA）的认可授权，成为具有独立发证资质的清真认证机构。这意味着 DCL 现在可以直接为食品及化妆品两大领域的企业颁发具有法律效力的 Ha1a1 认证证书，进一步丰富了阿联酋境内的认证服务选择。

在屠宰技术规范方面，ESMA 对传统屠宰方式进行了创新性调整。最新规定允许屠宰场在宰杀牛羊时采用低电压电击致晕技术，但严格要求电击操作必须在屠宰前 10 秒内完成，以确保符合伊斯兰教法要求。值得注意的是，这项技术革新目前仅适用于牛羊类牲畜，禽类屠宰仍维持原有规定，严格禁止使用任何形式的电击致晕方式。

标签管理方面迎来数字化升级：根据 ESMA 发布的 2025 年新规，包括婴幼儿食品在内的特定产品类别将被强制要求在包装标签上添加可追溯二维码（QR 码）。这个二维码将直接链接至阿联酋产品合规数据库系统（ZAD），消费者和监管机构可通过扫描获取产品的完整合规信息，包括原料来源、生产流程、认证状态等详细信息。

作为中东地区最具影响力的清真食品监管体系，阿联酋的清真合规机制以其科学严谨的认证标准和灵活应变的调整能力著称。企业需要建立从原料采购、生产加工到最终销售的全链条合规管控体系，同时保持对法规动态的高度敏感性。建议中国农业食品相关企业定期查阅 ESMA 官方网站（www.esma.gov.ae）发布的更新公告，或通过迪拜商会等当地商业机构获取第一手资讯。对于合规要求复杂的特殊产品，聘请熟悉阿联酋食品法规的专业法律顾问进行合规指导将是最稳妥的选择。

5 沙特阿拉伯和阿拉伯联合酋长国物流体系

沙特阿拉伯与阿联酋，作为中东地区物流核心枢纽中最具战略意义的国家，近年来在基础设施建设方面不断加大投资力度。两国政府通过推出一系列优惠政策，并与国际知名物流企业展开深度战略合作，正在逐步打造一个多层次、全方位、立体化的现代化综合物流网络体系。该网络不仅涵盖传统的海运和陆运通道，

还借助新建及扩建机场和航空货运设施，实现了高效的空运物流能力。接下来，我们将从多个角度对这两国物流基础设施的现状与发展趋势进行深入而细致的专业分析。

5.1 沙特：全球物流中心的战略构建

近年来，沙特阿拉伯政府积极响应全球经济格局变化，依托“2030 愿景”的国家发展战略，持续投入数千亿美元巨额资金，正在系统性地推进全国交通基础设施的现代化升级改造。这一系列重大举措旨在全面提升沙特在国际物流领域的核心竞争力，重塑其作为全球重要物流枢纽的战略地位。根据权威市场研究数据显示，沙特阿拉伯货运和物流市场规模在 2024 年已达到 253.3 亿美元，市场分析机构预测这一数字将在 2029 年攀升至 328.8 亿美元，在 2024-2029 年的预测期内将保持 5.36% 的复合年增长率。为实现 2030 年跻身全球主要物流枢纽的目标，沙特政府制定了详细的实施计划，包括在全国范围内建设 59 个配备先进设施的现代化物流中心，并将引入世界一流的货物跟踪解决方案来提升物流效率。

截至 2024 年，沙特物流基础设施建设已取得显著进展。目前已建成并投入运营 21 个现代化物流中心，而这一数字在 2020 年仅为 2 个，短短几年间实现了跨越式发展。作为“2030 愿景”物流发展规划的重要组成部分，沙特计划在未来新建约 38 个高标准物流中心，这些设施将充分利用沙特得天独厚的战略地理位置优势——作为连接亚洲、欧洲和非洲三大洲的交通要冲，全面满足日益增长的国际贸易物流需求。这些现代化物流设施的建成运营将显著提升沙特阿拉伯的产品出口效率，推动本国物流产业向智能化、数字化方向发展，有效降低国民经济对石油产业的依赖程度，同时进一步巩固沙特作为区域领先投资目的地和全球重要物流中心的战略地位。

沙特阿拉伯王国位于亚洲、非洲和欧洲三大洲的战略交汇处，得天独厚的地理位置使其成为连接东西方贸易的关键节点。沙特拥有红海与波斯湾的双重海岸线优势，这种“双洋战略”布局赋予了其独特的物流枢纽价值。以吉达港为例，其

至欧洲主要港口的航线距离比传统苏伊士运河航线缩短了近三分之一航程，显著提升了运输效率。而在波斯湾沿岸，达曼港正在建设的“大陆桥”铁路项目（预计2026年全面投入运营）将实现革命性的运输变革，把红海与波斯湾之间的货物转运时间从原来的48小时大幅缩减至20小时以内。这种“海铁联运”的创新模式，使沙特成为中欧班列向非洲市场延伸的理想中转平台。典型案例是中远海运在朱拜勒工业城投资建设的现代化无水港项目，该项目将通过专用铁路线与达曼港实现无缝衔接，预计将承担沙特对华化工产品出口总量的25%以上。

到2030年，沙特将建成59个物流中心、8000公里铁路和覆盖250个国际目的地的航空网络，目标成为全球前10大物流枢纽。海湾铁路网（沙特-阿联酋-阿曼）将贯通阿拉伯半岛，形成连接亚非欧的“钢铁丝绸之路”

5.1.1 国家战略投资与智慧物流设施建设

为将沙特转变为领先的工业强国和全球物流中心，政府发布了一系列战略规划：2019年初，沙特国家工业发展和物流计划(NIDL)启动，2021年，沙特国家运输和物流战略(NTLS)启动；2022年10月，王储穆罕默德发起了全球供应链韧性倡议(GSCRI)。其中，国家运输与物流战略中指出，到2030年沙特阿拉伯将在运输领域投资约1,330亿美元，第一期超过150亿美元已经投入到了航空、码头、物流仓库等设施的营造中，以及构建超过2,000公里的全新货运铁路。同时由沙特主权财富基金(PIF)主导实施，总投资额高达1330亿美元，将在全国范围内建设59个现代化、智能化的物流枢纽。这些物流中心总仓储面积将突破1亿平方米，采用国际领先的自动化分拣设备和人工智能管理系统，重点支持沙特制造业出口和快速发展的电子商务产业。

据最新数据显示，截至2024年第一季度，沙特政府已累计投入超过530亿美元用于基础设施建设，包括扩建铁路网络、升级港口设施以及建设现代化物流园区。按照规划，这59个战略性物流中心将在2030年前分阶段完成建设，届时将形成总面积超过1亿平方米的全球领先物流基础设施网络，为沙特经济多元化转型提供强大支撑。

同时2025年3月吉达伊斯兰港南集装箱码头正式投入运营。该码头引入了

自动化岸桥系统与智能堆场管理系统，闸口交易时间大幅缩短至 10 秒，整体运营效率提升了 37%。此外，码头的冷链处理能力提升至 2340 个冷藏箱，并建成了沙特首座港口冷链集中查验中心，单批次可同时处理 75 个温控箱，有力支撑了生鲜、医药等高附加值货物的运输。

由于沙特目前的物流市场正处于供小于求的阶段，并且整个行业尚处于起步阶段，政府支持力度较大，所以对于物流企业而言，沙特无疑将会是这个西亚地区，甚至是全球未来最重要的“主战场”之一。

图 9：沙特阿拉伯物流基础设施建设指标

项目	2020年	2022年	2030年 (预期)
物流中心数量	2	21	59
国际航线指数	60	70.8	75
物流绩效指数	3.01	3.38	4.01
物流市场规模	46亿美元	53亿美元	153亿美元
出口额	112亿美元	221亿美元	1,385亿美元
国际中转	370万TEU	550万TEU	1,670万TEU
电商渗透率	6%	25%	57%

5.1.2 沙特阿拉伯冷链物流基础设施建设

沙特阿拉伯正通过“技术驱动+政策创新”的双轮战略体系，全面推进冷链物流产业的现代化升级，致力于打造具有全球竞争力的智慧冷链生态圈。沙特政府制定了“2030 愿景”物流专项规划，通过港口枢纽智能化改造、前沿技术商业化应用、清洁能源规模化部署以及国际合作平台搭建等系统性举措，推动传统物流体系向数字化、低碳化、国际化的全产业链生态转型。

沙特政府为促进冷链基础设施建设，推出了一系列财政优惠政策。针对冷链基建项目，投资者可申请沙特工业发展基金（SIDF）提供的低至 2% 的超低息贷款，这一利率远低于市场平均水平。同时，在经济特区内注册运营的企业将享受

仅 5% 的优惠公司税率，相比沙特全国 20% 的标准税率，这一政策大幅降低了企业运营成本。对于选择入驻红海自贸区并以出口为导向的企业，沙特政府还提供了双重优惠：不仅享有超市货架优先上架权这一营销优势，更能获得长达 10 年的企业所得税全免待遇。

在监管政策方面，沙特政府制定了严格的冷链管理要求。根据最新规定，所有生鲜食品必须在 2030 年前实现从生产、运输到销售的全链路温控管理。为落实这一政策，沙特将从 2026 年开始实施严格的进口管制措施，明确规定所有进口食品必须贴有完整的温度追踪标签，否则将面临禁止入境的处罚。这些措施既体现了沙特对食品安全的重视，也为冷链行业投资者提供了明确的市场准入标准。

在技术创新领域，沙特重点布局了 AMR 机器人、氢燃料电池、区块链溯源等战略性技术方向。以机器人应用为例，全球物流机器人领军企业极智嘉（Geek+）在沙特 Starlinks 物流中心部署了 250 台第四代 AMR 机器人，这些设备采用创新的“货箱到人”（CTR）解决方案，通过智能路径规划和集群调度算法，使冷藏库的订单处理效率提升 30% 以上。更值得关注的是，该公司计划在 2025 年汉诺威 CeMAT 展会上推出专为中东气候设计的耐高温机型，该产品采用纯视觉导航技术，可在 49℃ 极端环境下稳定运行。在氢能运输领域，中国氢能科技企业鑫思创与沙特 MOAJ 集团达成战略合作，共同推进氢能重卡商业化项目。该项目计划于 2026 年投入运营，其核心车型搭载 120kW 大功率燃料电池系统，单次加氢 15 分钟即可实现 800 公里续航，预计可替代当地 30% 的柴油运输车辆。这些技术创新不仅显著提升了沙特本土冷链物流的运营效率，更通过获得欧盟 CBAM 认证等国际标准资质，为沙特冷链产品打开了通往欧盟等高端市场的绿色通道。

5.1.3 沙特物流冷链市场分析

吉达伊斯兰港作为沙特最大的集装箱枢纽，通过与迪拜环球港务集团（DP World）合作完成扩建。其冷藏集装箱位从 1200 个增加至 2340 个，还建成了沙特首座港口冷链集中查验中心，单批次可同时处理 75 个温控箱。

新码头引入自动化岸桥系统和物联网货物追踪技术，闸口通行时间缩短至 10 秒，整体运营效率提升 37%，使其跻身全球前 20% 高效港口行列。

阿卜杜拉国王港与 MEDLOG 合作建设了 6 万平方米的冷藏设施，配备先进的温控系统，能够满足高附加值货物的存储需求。

马士基在吉达启动的中东最大物流园区（占地 22.5 万平方米）集成了温控仓储、多式联运及海关清关功能，屋顶太阳能板可满足 70% 的电力需求，服务覆盖食品、医药等高增长行业。

京东物流与沙特阿美合作的“红海冷链走廊”采用-60℃深冷集装箱技术，实现了沙特活羊在 72 小时内直达中国西南内陆屠宰中心，开创了跨境冷链运输的新纪元。

沙特正实施以出口为导向的冷链网络策略。通过中沙合作的“沙漠绿洲牧场”项目，培育出适应 50℃ 高温的“沙漠绵羊”新品种，目标是将本地羊肉年产量提升至 25 万吨，减少 60% 的进口依赖。

椰枣作为传统出口产品，通过冷链专机实现每日万吨级稳定供应，覆盖商超、电商等全渠道，并借助“一带一路”网络拓展至中国及欧洲市场。

尽管沙特阿拉伯的冷链物流网络近年来呈现出快速发展的态势，但其整体渗透率仍然处于较低水平，目前尚未突破 50% 这一关键指标。从具体数据来看，沙特全国的冷藏车保有量与中国相比存在显著差距，仅相当于中国冷藏车总量的六分之一左右。更值得注意的是，这些冷藏运输设备的平均使用年限已超过 10 年，设备老化问题较为突出。在温控技术方面，沙特与欧美发达国家相比仍存在较大差距，其冷链系统的温度控制精度要低出约 3 倍之多。在沙特特有的高温气候条件下，这一冷链基础设施的不足导致生鲜农产品在运输和储存过程中的损耗率居高不下，普遍维持在 15% 至 30% 之间，这一数字远超 5%-10% 的国际平均水平。

此外，对于希望进入沙特市场的外资企业而言，面临的行政壁垒也较为显著。企业注册程序批流程冗长，通常需要耗费 3 到 6 个月的时间才能完成全部手续。沙特在未来五年内有望实现冷链基础设施的跨越式发展，不过要取得成功，仍需克服人才短缺、设备老化等结构性挑战。对于中国企业来说，参与沙特冷链建设不仅是对“一带一路”倡议的深入实践，更是抢占中东市场的战略机遇。

5.1.4 沙特阿拉伯陆地冷链网络

沙特公路网的总里程达到 26.7 万公里，其中连接利雅得、吉达、达曼的“黄金三角”高速（全长 1200 公里）承担着 70%的冷链货运量。

为应对沙漠高温（夏季地表温度超过 60℃），中国五六集团推出了定制化冷藏车。该车采用双层隔热厢体和耐高温压缩机，能够确保在 50℃的环境下，厢内温度稳定保持在 -18℃至 4℃。这类车辆已在迪拜 - 沙特跨境干线上投入运营，单车载货量提升至 25 吨，相较于传统车型，效率提高了 40%。

此外，沙特强制要求冷藏车加装远程温控预警系统。当温度波动超过±2℃时，系统会自动触发备用电源，并通过卫星定位系统实时向沙特食品药品监督管理局（SFDA）传输数据。

同时，沙特正在构建以利雅得为中心的铁路冷链骨架：

1) 红海走廊铁路项目：作为沙特阿拉伯重点打造的战略性交通基础设施，这条全长约 450 公里的多式联运铁路专线将高效连接红海沿岸的吉达港与延布工业城两大重要经济节点。项目采用国际先进的铁路工程技术标准建设，特别配备了具有智能温控系统的专用集装箱平车，可在-25℃至+25℃的宽温域范围内精确调节运输环境温度。该铁路专线主要服务于汽车精密零部件、生物医药制品等对运输条件要求严苛的高附加值货物运输需求，这条线路已经在 2025 年 3 月正式建成通车，届时将显著提升沙特西部地区的物流运输效率。

2) 氢能铁路创新试点项目：沙特铁路公司（SAR）与当地知名物流企业 Almajdouie Logistics 展开战略合作，在重要的达曼至利雅得货运线路上开展氢能动力冷藏列车的示范运营测试。根据规划，该项目预计在 2026 年完成测试阶段并转入商业化运营，届时将成为中东地区首个投入实际运营的氢能货运铁路项目。

3) 利雅得环线冷链铁路网络：为完善首都地区的冷链物流基础设施，沙特正积极推进围绕利雅得都市圈的环状铁路冷链运输系统建设。该环线铁路将采用模块化设计理念，沿线科学布局多个专业化冷链货物装卸站点，形成高效的货物集散网络。系统集成最先进的冷链运输技术装备，包括智能温控系统、实时监控装置等，确保各类生鲜食品、医药产品在运输全程保持最佳品质状态。项目计划分阶段实施，预计 2027 年完成首期工程并开通部分路段运营，后续将根据实际

需求逐步扩展完善整个环线网络，最终实现利雅得周边 200 公里范围内冷链物流的无缝衔接。

4) 铁路冷链枢纽体系建设规划：沙特正在构建以利雅得为核心节点的现代化铁路冷链枢纽网络。这些枢纽站点均按照国际一流标准设计建造，配备智能化立体冷库、自动化分拣系统和数字化管理平台，可实现货物的高效装卸、精准存储和智能分拨。其中利雅得主枢纽占地规模达 50 万平方米，将集成最先进的冷链物流技术和设备，计划于 2028 年全面建成投入运营。各支线枢纽将根据铁路建设进度同步推进，通过智能调度系统与公路冷链运输网络紧密衔接，形成覆盖全国的多式联运冷链物流体系。该体系的建成将大幅提升沙特生鲜农产品和医药产品的流通效率，预计可使冷链物流整体时效提升 40%以上。

5.1.5 沙特阿拉伯冷链标准体系与认证建设

沙特在冷链标准体系建设方面积极与国际标准接轨，采用国际先进的冷链物流标准与规范。在冷链运输、仓储等环节严格遵循国际制冷学会（IIR）的相关标准，确保冷链物流过程中的温度控制、货物保护等方面达到国际先进水平。

数字化监管工具为沙特冷链标准体系与认证建设提供了有力支撑。沙特运用物联网、大数据、区块链等技术，对冷链物流的各个环节实施实时监控与管理。例如，在冷链运输过程中，通过安装温度传感器和 GPS 定位系统，可实时监测货物的温度和位置信息，并将数据上传至监管平台。一旦出现温度异常或运输延误等情况，监管部门和企业能够及时采取措施，保障货物的质量与安全。

同时，数字化监管工具提升了认证过程的透明度和可追溯性。消费者可通过扫描产品上的二维码等方式，查询产品的认证信息和物流轨迹，从而增强对产品的信任度。

沙特政府高度重视冷链行业的规范化发展，采取了一系列积极举措推动行业认证体系建设。在认证机制建设方面，沙特不仅参考国际先进经验，更结合本国实际情况，建立了一套覆盖全产业链、标准严苛且执行有力的认证体系。对于通过严格审核的冷链企业和产品，沙特会颁发具有防伪功能的认证标识，这些标识不仅代表了产品和服务达到了国际认可的品质标准，更成为消费者识别优质冷链

产品的重要依据，在国内外市场上树立了沙特冷链行业的质量标杆和信誉保障。

为了进一步推动国内冷链物流行业的高质量发展，沙特政府制定并实施了一系列具有针对性的激励政策。这些政策旨在通过多种方式降低企业参与高标准冷链建设的门槛，全面提升行业整体水平。具体而言，对于通过国际冷链认证体系的企业，政府不仅提供大幅度的税收减免优惠，还设立了专项财政补贴基金。

此外，政府还建立了冷链行业公共服务平台，整合各类资源为企业提供从认证咨询到技术升级的一站式服务。通过这一系列组合政策，沙特政府正在构建一个更加完善、更具竞争力的冷链物流生态系统，为食品、医药等行业的供应链安全提供有力保障。

5.1.6 中国大型物流企业在沙特阿拉伯的布局

极兔建立沙特转运中心：极兔海外网络均采用直营模式，拥有自营的人、车、场。2022年1月，正式在阿联酋和沙特阿拉伯启动快递网络运营。凭借与中东战略合作伙伴易达资本合作，极兔成为沙特第20个拥有跨境清关与本地派送双牌照的快递物流公司。极兔目前在阿联酋、沙特阿拉伯已实现服务100%覆盖，快递分拣中心10个，网点达到91个。

京东物流建立自营仓：2025年6月18日，京东物流在沙特阿拉伯首都利雅得举办配送业务起网仪式，正式推出面向消费者的全新自营B2C快递品牌JoyExpress，标志着京东首次在海外推出自营快递服务，正式落地沙特。京东物流目前已在中东布局近10个海外仓，这也给中资企业提供了极大的物流便利性。京东在沙特已建立完整的从仓储到转运、分拣、再到“最后一公里”的物流网络，沙特当地消费者在电商平台购物后可享受送货上门、货到付款，以及最快当日达、次日达等服务。未来该服务的范围还会逐步拓展到中东其他地区。

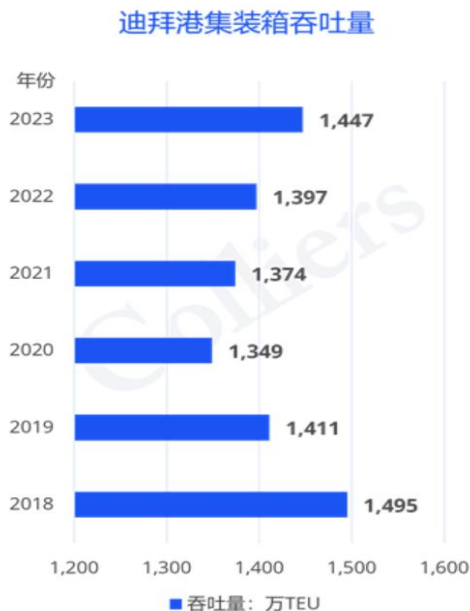
菜鸟建立沙特货运网络：2025年3月，菜鸟网络（Cainiao Group）、沙特航空货运公司（Saudia Cargo）和全球飞行服务公司（WFS）在列日机场正式启动了战略合作。此次合作依托菜鸟位于列日机场的eHub航空货运站，通过创新和精简运营优化电子商务物流流程，最终目标是在全球机场打造未来电子商务物流门户的商业模式。

根据协议内容，双方将优先发展香港至利雅得的货运航线，并增加从列日前往沙特的航班频次，来满足中国对沙特不断增长的跨境电商出口需求。

顺丰也陆续在沙特和阿联酋等地设立子公司或合资企业，逐步建立起覆盖广泛的地面配送体系。其他中国快递公司，像中通投资的跨境物流公司“速达非”在阿联酋业务部门已于去年正式投入运营；韵达国际通过三年的布局，已经实现了阿联酋、沙特等国的集运服务全境覆盖。

5.2 阿联酋：全球物流枢纽的立体化布局

图 10 2018-2023 迪拜港集装箱吞吐量



迪拜港（Port of Dubai）位于阿联酋东北沿海，靠近波斯湾南侧，又名拉希德港（MINA RASHID），与米纳杰贝勒阿里港（MINA JEBEL ALI）同属迪拜港务局管理。它不仅是阿联酋最大的港口，也是全球知名的集装箱大港之一。

作为中东地区领先的自由贸易港，迪拜港是国际贸易和物流通往阿联酋乃至整个阿拉伯地区的关键枢纽。港口设施齐全，货物种类繁多，除石油相关产品外，生活快消品、汽车及化工产品也占有重要比例，尤其是食品相关的冷链物流占据了

显著份额。

迪拜港港区拥有 18 个主要码头泊位，岸线总长 4265 米，最大水深达 13.5 米。凭借优越的地理位置和依托阿拉伯地区的庞大市场，迪拜港的集装箱年吞吐量长期位居中东地区首位。

迪拜杰贝阿里港作为中东地区最重要的航运枢纽之一，在 2025 年实现了 1495 万 TEU 的集装箱吞吐量，这一成绩使其在全球港口排名中稳居前十强之列。

该港口通过实施包括自动化码头管理系统和绿色能源设备在内的大规模智能化升级改造，显著提升了运营效率，目前年处理能力已突破 2200 万 TEU 大关，充分展现了迪拜作为全球物流中心的强大实力。

作为阿联酋重要的多用途港口，富查伊拉港通过完善的铁路网络与阿提哈德铁路系统实现无缝衔接，构建了高效的多式联运体系。该港口年货运处理能力高达 6000 万吨，特别专注于为能源和制造业等关键经济领域提供专业化服务，在促进区域贸易和产业发展方面发挥着不可替代的重要作用。

作为中东地区重要的航空货运枢纽，迪拜国际机场凭借其优越的地理位置和先进的设施条件，其货运量表现一直十分亮眼，已连续多年稳居全球机场货运量排行榜前三甲。2025 年，为满足日益增长的中东地区货运需求，中国与阿联酋之间的航空货运网络进一步拓展，新增了“深圳—阿布扎比”全货机航线。作为中国领先的货运航空公司，顺丰航空充分发挥其专业优势，为中东地区的能源建设项目提供定制化的包机运输服务。与此同时，阿布扎比机场经过大规模扩建改造后，其年货运处理能力已显著提升至 450 万吨的规模。在业务布局方面，该机场特别注重发展技术要求较高的冷链物流和高价值货物运输业务，致力于打造中东地区最具竞争力的航空货运枢纽。

阿联酋铁路网络建设取得重大进展，标志着该国在多式联运领域的突破性发展。贯通阿联酋七个酋长国的阿提哈德铁路项目于 2023 年正式投入货运运营，这条战略性铁路干线年运输能力高达 6000 万吨，将显著提升区域物流效率。该铁路系统以杰贝阿里港、哈里发港等四大主要港口为枢纽，构建起完善的运输网络。为进一步优化供应链体系，项目方计划于 2025 年增建“港口—工业区”铁路专线，此举将实现原材料与制成品的高效转运，有力推动“门到门”全程供应链服务的整合升级。

在跨境铁路合作方面，阿联酋与阿曼共同规划的 238 公里跨国铁路项目预计将于 2026 年启动建设。这条具有战略意义的铁路干线将有效连接两国的重要港口和工业区，形成区域性的物流大通道。项目建成后，不仅能够大幅降低区域内的物流运输成本，还将促进两国经济一体化发展，为海湾地区的贸易往来提供更加便捷高效的运输选择。

5.2.1 国家战略与智慧物流设施建设

《国家粮食安全战略 2051》中明确政府拨款 50 亿迪拉姆（约 13.6 亿美元）用于冷链基础设施升级，重点支持生鲜进口中转库与本地农业冷链网络建设。这说明阿联酋政府将迪拜打造成为国际物流枢纽城市的战略规划已经非常清晰且系统化。在基础设施建设方面，不仅持续强化迪拜港作为全球重要海运、转口贸易枢纽的地位，更着力构建一个以迪拜为核心、覆盖整个西亚地区的立体化物流网络体系。这个网络包括横跨多个国家的现代化货运铁路系统，以及具备国际中转能力的航空货运枢纽。在技术创新方面，阿联酋对物流科技的投入力度显著加大，目前已经部署了包括实时货物追踪系统、智能安检黑白名单识别技术、自动化仓储入侵检测系统等在内的多项前沿物流科技，并已进入实际运营测试阶段。特别值得注意的是，5G 通信技术与人工智能的深度融合正在快速推进，为智慧物流发展提供了强大的技术支撑。同时，国内的京东物流在迪拜的战略布局也颇具前瞻性，其计划到 2025 年建成运营的 9 个现代化智能海外仓均配备了最先进的智能分拣机器人系统，这些自动化设备能够实现每小时处理数万件包裹的高效分拣作业。依托这一智能化物流基础设施网络，京东物流不仅能为中东地区消费者提供“下单当日送达”的极致配送体验，还构建了完整的逆向物流解决方案，可高效处理退货、换货等售后需求，为中东地区快速发展的电子商务市场提供了从仓储、配送到售后的一站式物流服务。

5.2.2 阿联酋冷链物流基础设施建设

根据数据统计及预测，在 2023 - 2028 年，阿联酋冷链物流市场的复合年增长率预计将超过 5%。阿联酋拥有成熟的冷链物流行业，是中东和北非地区最具创新性的市场之一。供应链在提升生产力、增强竞争力和提高生产水平方面起着至关重要的作用。

鉴于消费者对延长产品保质期和保障最佳产品质量的需求日益增长，物流管理的重要性愈发凸显。预计制冷产品和服务的需求将受到更多在日常购物中追求便利的消费者推动。对食品质量、供应和配送的需求持续攀升，使得冷链物流在全球食品分销领域的重要性与日俱增。阿联酋的冷链业务从新冠疫情中获益。对

冷链设施（如储存和运输）的需求上升，尤其是对食品、医药种类的需求增长，一直是市场扩张的主要动力。

5.2.3 阿联酋冷链物流市场分析

近年来，阿联酋政府积极推进多项国家级科技创新战略，如国家创新战略、迪拜物联网战略、迪拜区块链战略等前瞻性规划。同时，在物流领域大力引入无人机技术，开展最后一英里配送服务，并全面推动阿联酋国家人工智能计划、智能迪拜项目、迪拜 3D 打印战略以及迪拜数据倡议等一系列数字化与智能化转型措施。在此背景下，阿联酋的第三方物流（3PL）企业正将发展重心转向物流与仓储市场的深度开拓，业务范围不仅覆盖传统的冷库和干库设施，还涉及配套的现代化零售设施等增值服务。

从当前市场格局来看，阿联酋境内的大多数冷藏仓库主要集中于迪拜和阿布扎比这两大经济中心城市，这种较高的区域集中度促使部分具有远见的第三方物流（3PL）企业开始尝试将业务扩展至沙迦、拉斯海马等其他酋长国，通过挖掘新兴市场来充分释放冷链物流行业的增长潜力，以在阿联酋物流市场整体升级转型的过程中占据先机。

随着居民收入提升、消费者喜好变化以及旅游业的快速发展，使得市场对优质、有机和特色食品的需求不断增长。外籍人口的增多在某种程度上促进了西餐需求的增长。许多超市供应种类繁多的食物。

为了吸引制造业与服务业，迪拜建设了中东最大的货运港口——杰贝阿里，并设置了多个自由贸易区。迪拜已经成长为中东地区最繁忙且最具国际化的食品贸易中心，是通往非洲和阿拉伯市场的入口。2022 年，迪拜花费 570 亿迪拉姆进口了 990 万吨食品来满足市场需求。随着迪拜食品消费量以每年 11% 的速度增加，这一进口量或许会进一步提高。

迪拜国际机场货运区创新性地打造了先进的温控走廊系统，该专区配备了行业领先的 -80°C 超低温存储设施，除了能够完美满足各类冷冻食品的需求，还能满足疫苗、生物制剂等温度敏感型医药产品的存储需求。同时，整个运输过程都配备了智能化的实时温控监控系统，确保货物在整个物流链条中都能保持恒定

的温度环境。2025 年即将开通的“深圳—阿布扎比”全货机航线将进一步提升区域冷链物流能力。这条航线由顺丰航空提供定制化的包机服务，采用专业的温控货机执飞，能够确保从中国到中东地区的温控货物在 48 小时内实现门到门的快速直达运输，大大提升了冷链物流的时效性和可靠性。

5.2.4 阿联酋陆地冷链网络

迪拜市政府正在全力推进“2025 智慧城市”战略框架下的重点项目——社区智能冷柜网络试点工程。该项目依托物联网、云计算、大数据等前沿数字技术，构建覆盖全市的智能化冷链服务网络，旨在为居民提供全天候 24 小时不间断的智能生鲜自提和特殊药品安全寄存服务。根据最新规划，项目首期建设的智能冷柜站点已实现全市 90%以上住宅社区的全覆盖，每个站点均配备先进的智能温控系统和多重安全防护装置。通过部署智能路线优化算法和精准温控管理系统，该项目可将生鲜食品在“最后一公里”配送环节中的损耗率从行业平均水平的 15% 大幅降低至 5%以内，同时通过实时监控和动态调节，确保药品存储环境的稳定性。这一创新举措不仅显著提升了城市冷链物流的运营效率和服务质量，也为迪拜打造全球领先的智慧城市标杆奠定了坚实基础。

5.2.5 阿联酋冷链标准体系与认证建设

阿联酋冷链协会（United Arab Emirates Cold Chain Association，简称 UAECCA）作为中东地区最具权威性和影响力的冷链行业专业组织，近期正式发布并实施了《冷链操作规范》这一具有里程碑意义的行业标准文件。该规范对温控运输设备的技术要求和操作标准作出了全面而细致的规定，其中特别强调所有从事冷链运输业务的车辆必须配备高精度的 GPS 全球定位系统和具备实时数据传输功能的温度记录仪，通过这些先进的技术手段确保货物在整个运输过程中的位置信息和温度变化都能得到完整记录和实时监控，真正实现全程可追溯、温度精准可控的现代化冷链物流管理。尤为值得关注的是，该规范针对药品等对温度高度敏感的货物运输提出了更为严格的要求，明确规定此类货物的运输必须通过国际通行的 GDP（Good Distribution Practice，良好分销规范）认证，从运输设

备、操作流程到人员资质等各个环节都要符合国际标准，以确保药品在整个供应链中的质量安全得到充分保障。此外，协会还着眼于行业未来发展，制定了具有前瞻性的中长期发展规划，计划到 2025 年将与海湾合作委员会（GCC）各成员国开展深度合作，共同研发并建立一套适用于整个海湾地区的统一冷链标签识别系统。这一战略性举措将从根本上解决当前跨境冷链贸易中普遍存在的标准不统一、认证体系冲突、信息不对称等痛点问题，不仅能够显著提升区域冷链物流的整体运作效率和服务水平，还将大大降低企业的合规成本，为中东地区冷链行业的转型升级和可持续发展注入强劲动力，推动整个行业向智能化、标准化、国际化的方向迈进。

5.2.6 中国大型物流企业在阿联酋的布局

货拉拉覆盖阿联酋城市网络：2025 年，货拉拉的海外品牌 Lalamove 正式进入阿联酋市场，配送服务全面覆盖迪拜，并可送达沙迦和阿布扎比。Lalamove 依托其创新科技，提供实时物流解决方案，覆盖多种车型，满足中小企业与个人用户的多样化需求，同时为本地司机伙伴创造收入机会。在阿联酋，Lalamove 不仅提供传统货代、海外仓储等服务，还在迪拜各大自贸区投资自营仓库，并成为阿联酋唯一持有 B2C 清关牌照的中国物流公司。

京东物流迪拜自营仓：2025 年 8 月 8 日，在阿联酋迪拜的杰巴阿里保税区，京东物流迪拜 5 号仓正式开仓运营，该仓库为京东物流与京东产发联合开发，这已经是京东物流在中东运营的第 9 个高标准海外仓。京东迪拜海外仓通过数字化仓配管理服务，为客户们提供多式联运的物流一体化解决方案，帮助卖家优化国际跨境运输路线，大大提升了国际物流各个环节的效率，有效降低了物流管理成本。”据悉，在上万平米的仓库中，可存储有近 100 万件大中小多样件型的货物，借由这一仓库，这些优质商品将销往阿联酋、沙特等中东地区国家。

菜鸟建立了 G2G (global to global) 物流网络：菜鸟在中东海湾六国（包括阿联酋、阿曼、巴林、卡塔尔、科威特和沙特）之间互发包裹的跨境物流网络，全面支持跨境和本地电商物流配送，最快 3 天即可送达。菜鸟是首家打通了中东海湾六国互发快递的全球性物流公司，以集中备货、区域分发的模式，全面降低跨境物流成本。同时提供“空运快时效+陆运高性价比”多种服务组合，可灵活

满足市场需求。

高效的空运最快可实现 3 日达；经济型陆运全境 6-8 日可达，一线城市平均 5 日达，平均每公斤运费比市场均价还省 1 美元，基本可以做到“一杯咖啡钱”在中东之间发货。

京东、货拉拉、极兔的相继布局，再次显现了中东市场作为全球贸易枢纽的重要性。极兔凭借在东南亚的成功经验，复制“高投入-规模效应-盈利”的模式，快速抢占中东市场份额。货拉拉则以灵活的实时配送服务切入阿联酋，填补中小企业物流需求缺口。京东物流则依托其技术与品牌优势，悄然构建沙特本地化网络。

2024 年 1 月至 8 月，中沙双边贸易额达 708.7 亿美元，中国作为沙特最大贸易伙伴的地位进一步巩固。中国物流企业通过与本地电商平台、政府的合作，不仅提升了区域物流效率，也为中国商品进入中东市场铺平了道路。

6 市场进入战略建议

基于对宏观经济发展趋势、行业竞争态势、区域市场格局、政策法规导向以及当地文化习俗等多维度的系统研究，本章节为中资食品企业量身定制了科学合理的市场进入方案。考虑到沙特阿拉伯与阿联酋在市场开放程度、消费习惯、商业规则等方面存在显著差异，建议企业在保持整体战略一致性的前提下，针对两国市场分别制定差异化的进入策略。具体而言，本章将从市场进入模式选择、本土化策略、多元渠道策略、数字营销与社交媒体策略等多个关键维度，为企业提供系统化、可操作的实施建议。

6.1 针对沙特阿拉伯市场的进入策略

中国食品企业若要成功开拓沙特市场，必须从清真合规认证体系构建、产品本地化深度适配以及线上线下全渠道营销网络布局这三大战略维度进行系统性规划与实施。具体而言，企业需要严格遵循伊斯兰教法规定的清真食品标准，建

立完整的清真认证体系；在产品研发层面要充分考虑沙特消费者的口味偏好、饮食习惯和文化禁忌；同时要构建包含传统商超、电商平台和社交媒体营销在内的立体化销售渠道。同时，建立合资企业是规避贸易壁垒、加速市场进入的有效策略，特别是在面对复杂的国际贸易环境和严格的本地市场准入要求时，这种合作方式能够显著提升企业的国际化进程。通过合资模式，企业可以充分利用合作伙伴的本地资源，实现优势互补，从而在竞争激烈的市场中占据有利地位。

合资优势主要体现在多个方面：首先，借助本地合作伙伴深厚的市场知识、广泛的政府关系和成熟的分销网络，可以有效降低新市场进入的风险和成本。其次，本地合作伙伴对消费者偏好、文化习惯和商业惯例的了解，能够帮助外资企业快速适应当地市场环境。此外，通过与当地企业合作，还可以更好地应对政治、法律和监管方面的挑战。

在股权结构设计方面，需要特别考虑沙特阿拉伯等国家的法规要求和市场状况。根据当地外商投资法的规定，通常建议本地合作伙伴持股比例不低于 51%，以确保合资企业能够享受本地企业的政策优惠和市场。

合作协议的制定是合资企业成功运营的关键环节。在协议中，必须明确界定双方的权利和义务，特别是在技术转让、市场开发、利润分配等核心问题上达成共识。完善的合作协议应包括：技术转让的具体内容和方式、市场开发的区域划分和责任分工、利润分配的比例和机制、争议解决的途径和程序等。这些条款的明确约定，可以有效预防潜在纠纷，保障合资企业的长期稳定发展。

在以上基础上，中国食品企业需要深度结合沙特“2030 愿景”政策导向与当地消费升级趋势，制定具有差异化的市场进入策略。当前沙特食品市场主要呈现出以下三个核心特征：清真认证的强制性要求、年轻消费群体的崛起带动需求多元化，以及数字化渠道的快速增长。

1. 进口依赖型市场特征显著：作为海湾地区最大的食品进口国，沙特 80% 的食品消费依赖进口，年均进口规模突破 180 亿美元，这一比例远超其他海合会成员国。特别值得注意的是，在食品包装机械领域，中国产品占据 75% 的市场份

额，其中智能分装设备和清真专用产线解决方案的需求呈现爆发式增长，年增长率保持在 15%以上。

2. 人口结构优势与消费升级并行：沙特总人口已突破 3000 万大关，其中 50%为 25 岁以下的年轻群体。这一人口结构特征直接推动了食品消费升级，Z 世代消费者在健康零食、高端食品的支出占比高达 22%，有机食品和预制菜的年均增速分别达到 25%和 30%，位居全球首位。

3. 政策红利持续释放：沙特“2030 愿景”框架下，政府投入 53 亿美元重点打造吉达食品产业集群，并为外资企业提供高达 30%的本土化生产补贴。同时，沙特实施了全球最严格的清真认证制度，未获得 Halal 认证的产品将被排除在主流零售渠道和政府供应链之外。此外，沙特还启动了 8 亿美元的粮食安全计划，在粮食储备、农业科技和食品加工等领域提供全方位支持。

基于上述市场特征，中国食品企业可采取以下具体策略：

➤ 在清真合规方面，企业需构建贯穿全产业链的 Halal 管理体系。从原料采购环节起，确保所有原材料均契合伊斯兰教法规定；在生产过程中，要严格执行清真生产规范，涵盖专用设备、独立生产线以及穆斯林员工监督；在物流环节，要保证运输仓储全程符合清真要求。建议与沙特伊斯兰事务部认可的认证机构达成长期合作，获取最具公信力的清真认证。

➤ 在本地化适配方面，要开展深入的消费者洞察研究。针对沙特年轻消费者，可研发融合传统香料与现代工艺的健康零食。

➤ 产品策略开发上：

低糖低脂食品：鉴于糖尿病发病率高的特点，低糖椰枣制品、高纤维谷物棒等契合“清洁标签”趋势的产品需求旺盛。

功能性食品：沙特消费者对具备特定健康功效的食品兴趣浓厚，如添加藏红花的能量饮品等功能性饮料。

有机食品：有机农产品和食品的需求增长迅猛，增速位居全球前列。

预制菜领域，可研发符合清真标准的中式改良菜品，如清蒸点心、烤制面点

等，并采用契合当地饮食习惯的便携包装。

在全渠道布局方面，要构建线上线下融合的立体销售网络。线下渠道要着重拓展大型连锁超市和本地农产品销售市场，借助沙特政府的本土化补贴政策降低渠道成本；线上渠道要重点布局 Noon、Amazon.sa 等主流电商平台，同时通过 TikTok、Snapchat 等社交电商拓展年轻客群。此外，企业还应建立沙特政策监测机制，及时把握“2030 愿景”下的产业投资机会，积极参与粮食安全计划等政府项目。同时要持续跟踪消费趋势变化，通过大数据分析及时调整产品结构和营销策略，在保持文化敏感性的同时，也要实现品牌价值的本地化传递。

6.1.1 营销品牌策略与业务拓展策略

中国农产品、食品企业可以结合当地的宗教节日和文化习俗，开展多样化的促销活动。例如，在斋月期间推出符合斋戒习俗的预制菜套餐，满足消费者在特殊时期的饮食需求。同时，利用当地的媒体资源、社交平台、电商平台进行广告投放，提高品牌知名度。还可以与当地的知名美食博主、网红合作，邀请他们品尝和推广企业的产品，通过他们的影响力吸引更多消费者。

在业务拓展上，企业可以与当地的农业企业建立合作关系，共同开展农产品种植和加工项目，实现资源共享和优势互补。另外，注重品牌建设和文化融合。在品牌宣传中，突出产品的清真特色和符合当地文化的元素，让消费者产生认同感和归属感。同时，培养本地的营销和管理人才，他们熟悉当地的市场环境和文化特点，能够更好地推动企业的营销和业务拓展工作，助力企业在沙特阿拉伯市场取得更大的成功。

1. 产品策略上中资企业需要有清晰的定位：

- 大宗商品（如大米、玉米、食用油）：将价格稳定性和供应可靠性作为核心竞争优势，建立长期稳定的供应链体系，确保产品价格波动在合理范围内，同时保证供货的及时性和持续性。针对中东地区特殊的气候条件和消费习惯，可适当调整产品规格和包装形式，比如采用防潮防虫的真空包装，延长产品保质期。

- 特色优势产品（如枸杞、红枣、绿茶、果蔬干、坚果、调味品、功能性食品）：重点突出产品的健康属性、天然成分和独特价值主张，通过精美的包

装设计和品牌故事传递产品理念。针对中东消费者追求高品质生活的特点，可开发符合当地文化特色的礼盒套装，提升产品溢价能力。同时结合现代健康理念，强调产品的有机认证、无添加等特性，打造差异化竞争优势。

- 深加工食品（如冷冻食品、预制菜、零食）：深入研究中东消费者的口味偏好，开发具有本地特色的风味系列产品。例如针对中东地区流行的烧烤文化，可推出烤肉味、孜然味等特色零食；结合当地人对乳制品的喜爱，开发奶酪味、酸奶味等创新口味。同时注重产品的便捷性设计，如即食包装、微波加热等功能，满足现代快节奏生活方式的需求。

2. 严格管控产品质量：

沙特市场对产品质量有着近乎苛刻的要求，必须建立全流程的质量管控体系。首先需要构建完整的质量追溯系统，通过二维码等技术手段，让消费者可以查询到产品从原料种植、生产加工到物流运输的全过程信息，增强透明度。在供应链管理方面，要建立严格的供应商准入机制，定期对原料产地和生产基地进行审核评估，确保源头质量可控。生产环节要引进智能化检测设备，实施 HACCP 等国际先进的质量管理体系，对关键控制点进行实时监控。同时要主动获取 HALAL 清真认证、ISO 认证等国际权威资质，这些认证不仅是市场准入的门槛，更是产品品质的有力背书。在包装运输环节，要根据产品特性设计防震、防潮、防变质的专业包装方案，选择可靠的物流合作伙伴，确保产品以最佳状态到达消费者手中。通过这一系列措施，在沙特市场树立“中国制造”的高品质形象，赢得消费者的长期信赖。

6.1.2 渠道策略



对于中国农业及食品企业而言，在沙特构建高效多元的渠道策略是打开市场的关键。在传统线下渠道方面，要积极与沙特当地大型连锁超市建立长

期稳定的合作关系。大型连锁超市在沙特零售市场占据主导地位，拥有广泛的消费群体和强大的品牌影响力。企业可以派专业的销售团队与这些超市进行深入沟通，了解其采购需求和标准，提供符合其要求的优质产品。同时，借助超市的促销活动和陈列资源，提高产品的曝光度和销售量。社区便利店也是不可忽视的线下渠道。它们分布广泛，贴近居民生活，能够满足消费者即时性的购物需求。企业可以与当地的社区便利店运营商合作，将产品铺货至各个便利店。为了吸引便利店的合作，可以提供一定的优惠政策，如较低的进货价格、促销补贴等。此外，还可以根据便利店的销售数据，优化产品的品类和库存管理，提高销售效率。

已有多家中国企业成功进入沙特市场，为后续企业提供了宝贵经验，比如在沙特的温超集团：2024 年底在利雅得开设 6000 平方米旗舰店，引爆沙特生鲜市场，通过沙漠农场种植 20 余种中国蔬菜（如上海青、韭菜），并建立冷链物流实现当日配送，解决了当地新鲜蔬菜供应不足的难题。

6.1.3 数字营销与社交媒体策略

在线上渠道方面，Noon、Amazon.sa 等主流电商平台是企业拓展市场的重要阵地。企业要优化在这些平台上的店铺页面，提供详细准确的产品信息，包括产品特点、成分、使用方法、清真认证等，以增强消费者的购买信心。同时，要注重产品图片和视频的制作，展示产品的外观、口感和使用场景，吸引消费者的关注。利用电商平台的营销工具，如广告投放、促销活动等，提高产品的搜索排名和曝光率。

社交电商也是拓展年轻客群的有效途径。TikTok、Snapchat 等社交平台在沙特年轻群体中具有极高的人气。企业可以与这些平台上的网红、博主合作，开展产品推广活动。邀请他们制作产品评测、试用视频或直播带货，通过他们的影响力吸引粉丝购买产品。除了以上渠道，企业还可以考虑参加沙特当地的食品展会和行业活动。这些活动是展示企业产品和品牌形象的重要平台，能够吸引众多的采购商、经销商和消费者。通过参加展会，企业可以与潜在客户进行面对面的交流，了解市场需求和竞争态势，拓展业务合作机会。同时，还可以通过展会的宣传报道，提高品牌的知名度和美誉度。

6.1.4 本地生产与供应链建设

在沙特阿拉伯和阿联酋，中资食品企业开展本地化生产与供应链建设极为重要。与当地农业企业联手，打造本地化的原料种植基地。于生产阶段，企业能够投资兴建符合清真标准的现代化食品加工厂。引进先进的生产设备与技术，提升生产效率及产品质量。并且，培训本地员工，增强他们的生产技能与管理能力，推动企业与当地社会相融合。在供应链管理上，构建高效的物流配送体系十分关键。企业可与当地物流企业合作，或者自行组建物流团队，保证产品能及时、精准地送到客户手中。比如，对于易腐食品，可运用冷链物流运输，保障产品品质。针对沙特阿拉伯市场，尽管与阿联酋存在一些差别，但在本地化生产与供应链建设方面也有相同之处。这两个国家都需要大量进口农产品和食品，以填补国内生产的空缺。这让他们在全球食品供应链里占据重要地位，并且对国际供应商充满吸引力。

沙特阿拉伯尤为重视食品安全与质量标准，企业要遵循当地有关法规与认证要求。在原料采购方面，可考虑从周边国家和地区进口优质原料，同时结合当地农业资源，达成原料的多元化供应。

在生产方面，企业能够依据沙特市场的需求特性，对产品种类和口味进行调整。例如，针对阿联酋消费者青睐高端、健康食品的特点，加强对有机食品、功能性食品的研发与生产。在供应链建设上，阿联酋具备发达的物流基础设施与优越的地理位置，企业能够利用这些优势，建立区域配送中心，将产品覆盖到周边国家和地区。

另外，无论是在沙特阿拉伯还是阿联酋，企业都必须构建完备的供应链风险管理机制。留意当地政治、经济、社会等因素的变动，及时调整供应链策略，以应对可能出现的风险。例如，在遭遇自然灾害、贸易政策变动等情况时，能够迅速采取行动，确保供应链的平稳运行。同时，企业还能通过与供应商构建长期稳定的合作关系，共同应对市场变化与风险，达成互利共赢。

7 针对进入阿联酋市场策略

中国农业及食品企业进入阿联酋市场可采取多元化的商业模式与机构设立方案。首先，在市场进入策略方面，传统的外贸进入模式因其操作简便、初期投入较小而成为众多中资企业的首选方案。可以通过与阿联酋本土具有丰富市场经验的经销商、代理商建立长期稳定的合作关系，将优质的中国农产品和食品引入当地市场。这种合作模式能够充分发挥当地合作伙伴在渠道建设、客户资源、市场推广等方面的优势，快速实现产品在目标市场的渗透。中资企业可以精心筛选当地具有完善销售网络、良好商业信誉的食品贸易公司作为合作伙伴，依托其成熟的仓储物流体系、广泛的零售终端覆盖以及深厚的客户关系网络，将中国的茶叶、干果、调味品等特色农产品以及各类加工食品高效地推向阿联酋各大商超、餐饮渠道和批发市场。

其次，也可进行直接投资模式为企业提供更深层次的市场参与方式。企业可以根据自身资金实力和战略规划，选择在当地设立全资子公司或与当地企业组建合资公司。设立全资子公司有助于企业完全掌控生产经营的各个环节，贯彻统一的质量标准和品牌战略，但同时也需要承担较大的资金压力和市场风险。相比之下，合资经营模式能够实现中外企业的优势互补，中方企业可以借助当地合作伙伴对阿联酋市场消费习惯、法律法规、文化习俗的深入了解，以及其在政府关系、本地资源获取等方面的优势，显著降低市场进入壁垒和经营风险。例如，中国农产品加工企业可以与阿联酋本土农业企业合作投资建设现代化食品加工厂，充分利用当地丰富的椰枣、海产品等原材料资源，同时引进中国的先进加工技术和设备，生产既符合当地消费者口味又具有中国特色的食品产品。

在机构设立形式上，企业应当根据中长期发展战略和具体业务需求，选择最适合的组织形式。对于计划在阿联酋市场深耕细作的企业来说，投资建设实体生产基地是极具战略意义的选择。通过在当地建立现代化的生产工厂，企业不仅能够实现原材料的本地化采购和产品的本地化生产，可降低物流成本和关税支出，同时还能保证产品的新鲜度和供应稳定性，满足中东市场对食品品质和清真认证

等方面的特殊要求。此外，设立区域销售办事处也是企业拓展阿联酋市场的有效途径，这种轻资产运营模式可以帮助企业快速建立市场存在感。销售办事处可以承担市场调研、渠道开发、品牌推广、客户服务等重要职能，为后续拓展中东或北非市场奠定基础。

在阿联酋的年轻一代已高度依赖线上购物，电子商务渠道也为企业提供了全新的市场进入路径。近年来，阿联酋的互联网普及率和移动支付使用率持续攀升，以 Noon、Amazon.ae 为代表的电商平台已成为当地消费者购买食品的重要渠道。中国企业可以通过入驻这些主流电商平台，建立直达消费者的销售通路。这种数字化营销模式不仅能有效减少传统分销体系的中间环节，提高运营效率，还能借助平台的大数据分析和精准营销工具，深入洞察阿联酋消费者的购买偏好和消费行为，实现产品的精准定位和营销策略的持续优化。同时，企业还可以通过建立自主跨境电商平台（独立站）或与当地电商服务商合作，打造线上线下相结合的立体销售网络，进一步提升品牌影响力和市场占有率。

7.1. 营销与业务拓展策略

为了在阿联酋市场实现更加有效的营销推广与业务拓展，企业应当制定系统化的市场策略并实施多元化的促销活动方案。具体而言，可以充分利用当地的重要传统节日和年度促销季，如：斋月、开斋节、迪拜购物节等黄金销售时段，策划限时折扣、阶梯式满减优惠、精美赠品等促销组合，通过营造紧迫感和超值体验来有效刺激消费者的购买欲望。同时，企业需要深入调研当地社交媒体生态，精准筛选与品牌调性相符的网红和意见领袖，通过产品试用体验、真实测评分享、创意内容合作等形式，借助他们在特定消费群体中的强大影响力，实现品牌知名度的快速提升和产品曝光度的几何级增长。

在业务拓展维度，中资企业应当采取更加积极主动的策略。一方面，可以有选择性地参加阿联酋国内具有影响力的农业及食品行业专业展会、高端行业研讨会等商贸活动，通过精心设计的展台布置、专业的产品演示和详尽的资料展示，全方位呈现企业的产品优势和技术实力，与当地的优质经销商、实力供应商、大

型零售商等潜在合作伙伴进行深入交流，建立稳固的商业联系网络。另一方面，企业还应该着眼长远发展，主动对接当地的知名科研院所和顶尖高校，探索建立产学研深度合作机制，通过联合实验室、技术攻关项目等形式开展协同创新，共同推进产品研发和技术升级，持续提升产品的市场竞争力以及对当地消费需求的适应能力。此外，企业还需要密切关注阿联酋政府的产业政策和监管要求，确保所有经营活动都符合当地法律法规和商业惯例。

7.2 数字营销与社交媒体策略

在阿联酋消费市场中，特别是以 90 后和 00 后为代表的年轻消费群体，已经形成了高度数字化的生活方式，他们几乎完全依赖互联网和移动设备来获取商品信息、进行购物决策和完成交易。面对这一显著的市场特征，中国食品企业需要深入分析当地消费者的数字行为习惯，制定系统化、本土化的数字营销战略组合，以有效触达目标客群。

在搜索引擎营销方面，企业应当充分利用 Google、Bing 等主流搜索引擎平台，通过精准的关键词广告投放和专业的 SEO 优化技术，提升品牌及产品在搜索结果页面的展示位置。市场调研数据显示，阿联酋的互联网渗透率已接近 100%，超过 90%的消费者会通过搜索引擎来发现和了解新产品信息，这充分说明了搜索引擎营销的必要性。

社交媒体运营策略需要重点布局 Instagram、Facebook、YouTube 等当地主流社交平台。企业应当建立专业的社交媒体运营团队，定期发布高质量的内容，包括但不限于产品功能展示、创意烹饪视频、品牌文化故事等多元化内容。

网红营销方面，建议企业系统性地与当地具有影响力的美食博主、生活方式达人建立合作关系。这些意见领袖通常拥有数十万甚至上百万的忠实粉丝，他们的产品评测和推荐能够快速建立消费者信任。研究表明，由网红推荐的产品，其转化率比传统广告高出 3-5 倍。

内容营销应当注重价值输出和文化共鸣。企业可以创作各类实用性强的内容，如融合中阿饮食文化的创意食谱、科学营养知识、食品背后的文化故事等。以小

龙坎火锅在迪拜的成功实践为例，通过精心策划的川剧变脸表演、传统甩面技艺展示、古筝演奏等文化活动，配合传统服饰体验等互动环节，不仅增强了品牌的文化吸引力，更在社交媒体上形成了自发的传播效应，有效提升了品牌影响力。

7.3 本地生产与供应链建设

针对阿联酋高达 85% 的食品依赖进口这一严峻现状，中国食品企业应当充分认识到这一市场缺口里存在的商机，积极制定长期发展战略，全面开拓当地市场。在供应链管理方面，建立适度规模的战略库存体系至关重要。这不仅可以有效应对可能出现的全球供应链中断风险（如疫情、国际冲突等突发事件），还能灵活应对斋月等季节性需求高峰带来的供应挑战。虽然阿联酋拥有世界一流的物流基础设施（如迪拜杰贝阿里港等），但其特有的高温气候环境（夏季气温常达 50°C 以上）确实给乳制品、新鲜蔬果等食品的储存和运输带来了特殊困难。因此，企业需要投入专项研发资源，开发适合当地气候条件的智能温控仓储解决方案，配备先进的冷链物流系统，确保食品品质和安全万无一失。

在原材料采购策略上，积极推进本地化进程具有显著的经济和市场优势。通过优先选用当地特色原材料（如椰枣、骆驼奶、藏红花等）不仅可以有效降低生产成本，还能显著提升产品的本土化程度和市场接受度。建议组建专业的本地化研发团队，重点开发阿联酋盛产的特色农产品资源，将其创新性地融入产品研发体系，打造具有浓郁中东特色的差异化食品系列，如椰枣能量棒、骆驼奶巧克力等创新产品，以满足当地消费者对传统风味与现代食品相结合的独特需求。

结论与展望

阿联酋和沙特阿拉伯作为中东地区两个重要的经济体，在农产品及食品市场方面既存在显著差异又具有诸多相似之处。从市场结构来看，两国都高度依赖进口食品，本土农业生产能力有限，这主要是受限于干旱的气候条件和有限的可耕地资源。在消费习惯方面，两国市场都体现出对清真食品的严格要求，以及随着

经济发展而不断提升的高端食品需求趋势。然而，两国市场也存在明显区别：阿联酋凭借迪拜等国际商业中心的地位，其食品进口渠道更为多元化，市场开放度更高，国际品牌渗透率更强；而沙特市场则更具本土特色，传统阿拉伯食品占比更大，且受宗教文化影响更深。在零售业态方面，阿联酋现代超市和便利店更为普及，而沙特传统集市（如著名的 s）仍保持重要地位。价格敏感度方面，阿联酋消费者更愿意为品牌和质量支付溢价，沙特市场则相对更注重性价比。两国在政策支持方向，阿联酋：政府重点扶持农业科技企业，鼓励投资智能温室、垂直农场等领域，同时大力发展食品加工行业，以提升附加值并增强出口竞争力。沙特阿拉伯：“愿景 2030”计划特别强调粮食安全的重要性，推动本地农业发展，同时增加战略储备，确保关键物资供应稳定。随着居民生活水平提高，两国消费者越来越关注食品的质量与安全性。无论是阿联酋还是沙特，都加强了对进口食品的检验检疫标准，并积极引入先进的追溯系统保障食品安全。

同时，两地高温气候决定了冷链物流在食品运输中的核心地位。为确保新鲜食品的品质，两国都在不断完善冷藏仓储设施和配送网络。

无论企业身处沙特阿拉伯还是阿联酋，都需要构建完善的供应链风险管控体系。密切关注当地政治、经济、社会等各方面因素的变化，及时调整供应链方案，以应对潜在风险。例如，在遭遇自然灾害、贸易政策调整等情况时，能够迅速实施应对策略，确保供应链的稳定运行。此外，企业还可以通过与供应商建立长期稳定的合作关系，共同应对市场变化和风险，实现互利共赢。